



# 2020

## INFORME DE GESTIÓN

## - CONTENIDO -

### 1. ORDENACIÓN Y TRAMITACIÓN TURÍSTICA

#### 1.1. NORMATIVA

- 1.1.1. Decreto 5/2020, de 10 de enero, del Consell, de regulación del estatuto del municipio turístico de la Comunitat Valenciana.
- 1.1.2. Decreto 7/2020, de 17 de enero, del Consell, de regulación de los órganos para la coordinación de la acción turística y del organismo público para la gestión de la política turística.
- 1.1.3. Decreto 15/2020, de 31 de enero, del Consell, de disciplina turística en la Comunitat Valenciana.
- 1.1.4. Resolución de 22 de marzo, del Director General de Turismo, para garantizar la ejecución de lo dispuesto en la Orden SND/257/2020, de 19 de marzo, por la que se declara la suspensión de apertura al público de establecimientos de alojamiento turístico, de acuerdo con el artículo 10.6 del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.
- 1.1.5. Resolución de 11 de mayo, de director general de Turismo, sobre apertura de establecimientos y prestación de servicios turísticos en la Comunitat Valenciana tras la publicación de la Orden SND/399/2020, de 9 de mayo, para la flexibilización de determinadas restricciones de ámbito nacional, establecidas tras la declaración del estado de alarma en aplicación de la fase 1 del Plan para la transición hacia una nueva normalidad.
- 1.1.6. Decreto 142/2020, de 25 de septiembre, del Consell, de regulación de la línea específica del Fondo de cooperación municipal para municipios turísticos de la Comunitat Valenciana.
- 1.1.7. Tramitación del Decreto 10/2021, de 22 de enero, del Consell, de aprobación del Reglamento regulador del alojamiento turístico en la Comunitat Valenciana.
- 1.1.8. Borradores de Decretos en el año 2020.

#### 1.2. REGISTRO DE TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

#### 1.3. GESTIÓN DE PROCEDIMIENTOS ESPECIALES

- 1.3.1. Accesibilidad
- 1.3.2. Declaraciones de Interés Comunitario (DICs)
- 1.3.3. Autoregistro de viviendas de uso turístico
- 1.3.4. Covid-19
- 1.3.5. Tramitación de dispensas
- 1.3.6. Informes emitidos en cumplimiento de la LOTUP

#### 1.4. TRAMITACIÓN DE RECURSOS

## 1.5. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA TRAMITACIÓN TURÍSTICA

- 1.5.1. Programa IMI
- 1.5.2. Tramitación telemática
- 1.5.3. Plataforma CUVT-i
- 1.5.4. Formularios autodeclaración de datos personales
- 1.5.5. Atención al usuario: contacta\_turisme@gva.es

## 1.6. PROFESIONES TURÍSTICAS. GUÍAS DE TURISMO

- 1.6.1. Renovación de acreditaciones
- 1.6.2. Guías habilitados por otras CCAA o países miembros de la Unión Europea
- 1.6.3. Mesa de trabajo para nueva convocatoria de pruebas
- 1.6.4. Nueva convocatoria de pruebas de guías habilitados

## 2. ASISTENCIA E INSPECCIÓN TURÍSTICA

### 2.1. INSPECCIÓN TURÍSTICA

- 2.1.1. Gestión de reclamaciones e inspección
- 2.1.2. Plan de inspección 2020
- 2.1.3. Tramitación de expedientes sancionadores y recursos
- 2.1.4. Aplicación corporativa sancionadora
- 2.1.5. Renovación parque móvil inspección Turismo

### 2.2. DECLARACIONES DE INTERÉS TURÍSTICO

- 2.2.1. Fiestas de interés turístico autonómico
- 2.2.2. Fiestas de interés turístico provincial
- 2.2.3. Fiestas de interés turístico local
- 2.2.4. Fiestas de interés turístico nacional e internacional declaradas por la Administración General del Estado

### 2.3. RECONOCIMIENTO DE LA CONDICIÓN DE MUNICIPIO TURÍSTICO

### 2.4. PLANES DE DINAMIZACIÓN Y GOBERNANZA TURÍSTICA

### 3. COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

#### 3.1. ACCETUR: ITINERARIOS DE EMPRENDIMIENTO Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

- 3.1.1. Programa ACCETUR: Información y orientación a emprendedores y empresas
- 3.1.2. Programa Competitividad Turística
- 3.1.3. Turisme Emprén: Validación del modelo de negocio.

#### 3.2. EXCELENCIA Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

- 3.2.1. SICTED CV
- 3.2.2. QUALITUR CLUB- Impulso a la certificación de modelos de excelencia
- 3.2.3. Fomento de la sostenibilidad en el turismo de la Comunitat Valenciana

#### 3.3. PROGRAMAS DE AYUDAS 2020

- 3.3.1. Ayudas de concurrencia competitiva dirigidas a Entidades Locales de la Comunitat Valenciana
- 3.3.2. Ayudas dirigidas a Empresas, Asociaciones, Federaciones y Fundaciones de la Comunitat Valenciana
- 3.3.3. DECRETO 48/2020, de 17 de abril, del Consell, de aprobación de las bases reguladoras y de concesión directa de ayudas urgentes a personas trabajadoras en régimen autónomo, y pequeñas y medianas empresas del sector turístico afectadas por la crisis de la Covid-19

#### 3.4. ESTADÍSTICAS DE TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

- 3.4.1. Estadísticas de Turisme, una herramienta de análisis.
- 3.4.2. Programa estadístico y colaboración en el PVE 2019-2022
- 3.4.3. Plataforma de inteligencia turística (INTETUR)
- 3.4.4. Difusión de información estadística

#### 3.5. ANUARIOS Y OTROS ESTUDIOS

#### 3.6. ACCIONES DE APOYO A LAS ACTUACIONES DE POLÍTICA TURÍSTICA

- 3.6.1. Apoyo técnico a la presidencia y dirección de Turisme CV
- 3.6.2. Convocatoria y gestión de los Premis Turisme CV

#### 3.7. PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA

#### 3.8. PROYECTOS EUROPEOS Y RELACIONES INTERNACIONALES

#### 3.9. PLANES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINO

## **4. INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS**

### **4.1. INFRAESTRUCTURAS DE LITORAL**

- 4.1.1. Mantenimiento y reparación de las instalaciones higiénicas y lúdico-deportivas
- 4.1.2. Suministro e instalación de nuevos elementos de infraestructura turística
- 4.1.3. Reparación de los daños producidos por la borrasca Gloria

### **4.2. INFRAESTRUCTURAS DE CDT**

- 4.2.1. Mejora de las instalaciones, su adecuación y actualización a la normativa aplicable
- 4.2.2. Centro de Desarrollo y Aceleración Turística de València

### **4.3 OTRAS ACTUACIONES**

### **4.4. ASESORAMIENTO E INFORMES PRECEPTIVOS**

- 4.4.1. Asesoramiento
- 4.4.2. Informes preceptivos

## **5. FORMACIÓN E INNOVACIÓN TURÍSTICA**

### **5.1. ACCIONES DE FORMACIÓN TURÍSTICA**

- 5.1.1. Cualificación continua
- 5.1.2. Formación para el empleo

### **5.2. EL TURISMO DE INTERIOR Y LA NUEVA CONFIGURACIÓN DE LA RED DE CDT'S**

### **5.3. LA IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN ONLINE EN EL AÑO DEL COVID'19**

### **5.4. OTRAS ACTUACIONES**

### **5.5 ACCIONES DE INNOVACION TURÍSTICA**

## **6. PRODUCTO Y TERRITORIO**

### **6.1. PROGRAMA CREATURISME: ACTUACIONES CONJUNTAS**

- 6.1.1 Experiencias CV

### **6.2. ACTUACIONES POR PRODUCTOS**

- 6.2.1. Mediterráneo Activo/Deportivo
- 6.2.2. Medietràneo Turismo Natural y Rural
- 6.2.3. Mediterràneo Cultural: Itinerarios, Rutas, Redes Culturales

### 6.3. L'EXQUISIT MEDITERRANI

- 6.3.1. Convenio UA "Gasterra"
- 6.3.2. Cocinas solidarias
- 6.3.3. Convenio Feria Valencia
- 6.3.4. Participación en Fitur 2020
- 6.3.5. Otras acciones promocionales y colaboraciones
- 6.3.6. Formación
- 6.3.7. Potenciación de la Red Gastroturística L'Exquisit Mediterrani

## 7. ACTUACIONES PROMOCIONALES

### 7.1. FERIAS Y CERTÁMENES TURÍSTICOS

- 7.1.1. Certámenes celebrados en territorio nacional
- 7.1.2. Certámenes celebrados en otros países

### 7.2.- WORKSHOPS, JORNADAS INVERSAS Y PRESENTACIONES

- 7.2.1. Mercado INTERNACIONAL

### 7.3.- VIAJES DE PRENSA Y FAMILIARIZACIÓN

- 7.3.1. Mercado INTERNACIONAL

### 7.4. ACCIONES ON LINE

### 7.5. PRODUCTOS Y OTRAS ACCIONES

## 8. PUBLICIDAD, MARKETING ONLINE Y COMUNICACIÓN OFFLINE

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

- 8.1.1. Campañas de publicidad
- 8.1.2 – Diseño creativities
- 8.1.3. Ampliación de los derechos de locución, música, modelos y adaptación de los spots de Mediterráneo en Vivo
- 8.1.4. Servicio de locución y sonorización de videos en idiomas internacionales
- 8.1.5. Adaptaciones gráficas para el apoyo en la promoción turística

### 8.2. PROMOCIÓN ESPECÍFICA

### 8.3. MARKETING ON LINE

8.3.1. Portal turístico [www.comunitatvalenciana.com](http://www.comunitatvalenciana.com)

8.3.2. Red de Webcams

8.3.3. Estrategia de Marketing Online para la Comunitat Valenciana

8.3.4. Estrategia de Marketing Online para los mercados lejanos: China y Rusia

### 8.4. COMUNICACIÓN OFFLINE

8.4.1. Reimpresiones

8.4.2. Diseño nuevas ediciones 2020

8.4.3. Merchandising

8.4.4. Banco de imágenes turísticas y nueva línea de publicaciones

## 9. OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA. RED TOURIST INFO

### 9.1. LA GESTIÓN DE LA RED TOURIST INFO CON OCASIÓN DE LA ALERTA SANITARIA POR EL COVID 19

### 9.2. COBERTURA DE LA RED

9.2.1. Cobertura jurídica- Convenios

9.2.2. Cobertura territorial

### 9.3. INDICADORES DE SERVICIO: HOSPITALIDAD

9.3.1. Indicadores cuantitativos

9.3.2. Indicadores cualitativos

### 9.4. ELEMENTOS DE IMAGEN CORPORATIVA

### 9.5. ORIENTACIÓN AL CLIENTE: PLAN DE CALIDAD

### 9.6. ASISTENCIA Y SOPORTE A LOS DESTINOS, EMPRESAS Y ENTIDADES

### 9.7. COLABRACIÓN CON LOS CENTROS FORMATIVOS Y UNIVERSIDADES VALENCIANAS

### 9.8. CUALIFICACIÓN DEL EQUIPO HUMANO: EL PLAN DE FORMACIÓN

### 9.9. SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

### 9.10. PROYECTOS DE INNOVACIÓN

9.10.1 Premio a la Innovación de la Red Tourist Info 2020

9.10.2. Nuevos productos y servicios

9.10.2.1. Punto Violeta turístico

9.10.2.2. Digitalización de las Oficinas de la Red Tourist Info

9.11. FOMENTO DE LA HOSPITALIDAD TURÍSTICA

9.12. RED TOURIST INFO: 30 AÑOS AL SERVICIO DEL TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

9.13. LA RED TOURIST INFO 2020 EN CIFRAS

# 1

## ORDENACIÓN Y TRAMITACIÓN TURÍSTICA

DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO



## 1.1. NORMATIVA

La Ley 15/2018, de 7 de junio, de la Generalitat, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunidad Valenciana, (en adelante, la LTOH) estableció un marco normativo para la promoción y ordenación de la actividad turística de la Comunitat Valenciana, el fomento y la modernización del sector turístico y la mejora y planificación de sus recursos para consolidar a la Comunitat Valenciana como un destino turístico de calidad, plural, igualitario, inclusivo, sostenible y hospitalario. Posteriormente a su publicación, la LTOH sufrió una serie de modificaciones mediante la Ley 9/2019, de 23 de diciembre, de la Generalitat, de medidas fiscales, de gestión administrativa y financiera y de organización de la Generalitat, a efectos de:

- 1º Facilitar el desarrollo reglamentario de los tres órganos para la coordinación de la acción turística previstos en el Capítulo III del Título I de su Libro I.
- 2º La determinación del sentido del silencio administrativo en el trámite de solicitud de dispensa de requisitos establecidos por la normativa aplicable.
- 3º El ajuste al principio de proporcionalidad de las infracciones a dicha normativa y el régimen transitorio aplicable a los procedimientos sancionadores.

Desde la publicación de la LTOH en el DOGV, durante los años 2018, 2019 y 2020, se ha ido abordando la elaboración y tramitación de reglamentos previstos en desarrollo de aquélla.

### 1.1.1. [Decreto 5/2020, de 10 de enero, del Consell, de regulación del estatuto del municipio turístico de la Comunitat Valenciana.](#)

Tras la tramitación, durante el 2019, del proyecto de decreto del Consell, de regulación del estatuto del municipio turístico de la Comunitat Valenciana, la norma fue aprobada y publicada en el DOGV el 17 de enero de 2020.

El decreto, que desarrolla los artículos 29 y 30 de la LTOH, regula:

- El reconocimiento de la naturaleza turística de los municipios de la Comunitat Valenciana y la regulación detallada de su régimen jurídico.
- El establecimiento de los criterios y obligaciones a cumplir para el reconocimiento de la condición de turístico a un municipio.
- El reconocimiento de los derechos a los que se accede tras la obtención de la condición de municipio turístico.
- El desarrollo del procedimiento para el reconocimiento y la pérdida de la condición de municipio turístico.

### 1.1.2. [Decreto 7/2020, de 17 de enero, del Consell, de regulación de los órganos para la coordinación de la acción turística y del organismo público para la gestión de la política turística.](#)

Tras la tramitación, durante el 2019, del proyecto de decreto del Consell, de regulación de los órganos para la coordinación de la acción turística y del organismo público para la gestión de la política turística, la norma fue aprobada y publicada en el DOGV el 29 de enero de 2020.

El decreto, que desarrolla los capítulos 3 y 4 del Título I del Libro I de la LTOH, vino a satisfacer las siguientes necesidades:

-Regular la composición, organización y funciones de los órganos para la coordinación de la acción turística:

a) El Consejo Valenciano del Turismo como órgano colegiado superior de consulta y asesoramiento del Consell en materia de turismo.

b) La Comisión Interdepartamental de Turismo como órgano colegiado y transversal del Consell, dirigido a facilitar la coordinación, la colaboración, el estudio, la propuesta, la programación y el seguimiento de las actuaciones institucionales de la administración autonómica sobre la actividad turística.

c) El Comité de Ética del Turismo, como órgano consultivo encargado de impulsar la implementación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo, y en concreto, su adaptación a la idiosincrasia de la Comunitat Valenciana, a través del Código Ético del Turismo Valenciano.

- Regular la naturaleza y estructura del organismo público para la gestión de la política turística, Turisme Comunitat Valenciana, su objeto, organización, régimen jurídico, facultades y funcionamiento de sus órganos, así como, el resto de funciones de los órganos de la entidad.

- Regular la estructura básica de Turisme Comunitat Valenciana, desarrollando las funciones, composición y régimen de funcionamiento del Comité estratégico de Gestión, el Comité de Dirección, la Presidencia, la Vicepresidencia, la Dirección y la Secretaría General.

### **1.1.3. Decreto 15/2020, de 31 de enero, del Consell, de disciplina turística en la Comunitat Valenciana.**

Tras la tramitación, durante el 2019, del proyecto de decreto del Consell, de disciplina turística en la Comunitat Valenciana, la norma fue aprobada y publicada en el DOGV el 6 de febrero de 2020.

El decreto, que desarrolla el Título II del Libro III de la LTOH, vino a satisfacer las siguientes necesidades:

- Abordar las singularidades del procedimiento sancionador y los órganos competentes para la imposición de las sanciones, actualizándolo y adecuándolo a la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del procedimiento administrativo común de las administraciones públicas, y a la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de régimen jurídico del sector público.

- Garantizar una adecuada planificación inspectora mediante la elaboración anual de un plan de inspección donde deben establecerse los objetivos de la actuación inspectora, los establecimientos objeto de inspección y su ámbito geográfico y temporal, prestando especial atención al contenido y formalización de las actas y otros documentos elaborados en ejercicio de funciones inspectoras, y al contenido y ejecución del Plan de inspección turística previsto en el artículo 81 de la LTOH, para lo que se determinan zonas por cada una de las tres provincias de la Comunitat Valenciana y se prevén porcentajes de efectivos de inspección teniendo en cuenta la oferta de servicios y plazas de alojamiento en las zonas litoral e interior por una parte y poblaciones de gran afluencia turística por otra.

- 1.1.4. [Resolución de 22 de marzo, del Director General de Turismo, para garantizar la ejecución de lo dispuesto en la Orden SND/257/2020, de 19 de marzo, por la que se declara la suspensión de apertura al público de establecimientos de alojamiento turístico, de acuerdo con el artículo 10.6 del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.](#)
- 1.1.5. [Resolución de 11 de mayo, de director general de Turismo, sobre apertura de establecimientos y prestación de servicios turísticos en la Comunitat Valenciana tras la publicación de la Orden SND/399/2020, de 9 de mayo, para la flexibilización de determinadas restricciones de ámbito nacional, establecidas tras la declaración del estado de alarma en aplicación de la fase 1 del Plan para la transición hacia una nueva normalidad.](#)
- 1.1.6. [Decreto 142/2020, de 25 de septiembre, del Consell, de regulación de la línea específica del Fondo de cooperación municipal para municipios turísticos de la Comunitat Valenciana.](#)

Tras la tramitación, durante el 2020, del proyecto de decreto del Consell, de la regulación de la línea específica del Fondo de cooperación municipal para municipios turísticos, la norma ha sido aprobada y publicada en el DOGV el 1 de octubre de 2020.

La política de la Generalitat se inscribe en la línea de fomento y cooperación con las corporaciones municipales de nuestro ámbito territorial, teniendo en cuenta el papel que desempeñan los municipios en la prestación de servicios y obras públicas dirigidas a toda la ciudadanía, también a las personas visitantes y turistas, resultando necesario colaborar con los ayuntamientos de los municipios turísticos para dotarles de recursos suficientes para que la población no residente no ponga en riesgo su suficiencia financiera, y puedan disponer de la dotación adecuada para la prestación de los servicios locales a personas residentes y turistas e implementar las medidas necesarias para compensar los efectos en el municipio y su desarrollo sostenible en coordinación con la Generalitat, como administración más próxima a la ciudadanía.

Para la consecución del anterior objetivo es necesario que se dote al Fondo de Cooperación Municipal de suficiente consignación económica mediante la creación de una línea específica para los municipios turísticos de la Comunitat Valenciana, caracterizada también por su naturaleza incondicionada y no finalista, resultando, por tanto, excluida su regulación de la aplicación del régimen de subvenciones, conforme a lo previsto en el artículo 2.2 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, general de subvenciones.

- 1.1.7. [Tramitación del Decreto 10/2021, de 22 de enero, del Consell, de aprobación del Reglamento regulador del alojamiento turístico en la Comunitat Valenciana.](#)

Tras la tramitación, durante el 2020, del proyecto de decreto del Consell, por el que se aprueba el Reglamento regulador del alojamiento turístico en la Comunitat Valenciana, la norma ha sido aprobada y publicada en el DOGV el 8 de febrero de 2021.

En desarrollo del capítulo II del Título I del Libro III de la LTOH, el objeto del decreto es regular las actividades y servicios de alojamiento turístico desarrollados en establecimientos ubicados en la Comunidad valenciana, así como sus modalidades y clasificación, régimen de funcionamiento y prestación de servicios.

La incesante evolución de las características, condiciones y circunstancias de todo tipo de la actividad turística ha llevado recientemente al legislador autonómico, preocupado por

esta situación de cambio prácticamente constante, a abordar la elaboración de un nuevo texto legal destinado a regular el sector turístico valenciano que, adaptado al nuevo contexto social, empresarial, profesional, tecnológico y normativo sectorial, asegure y fomente con las mayores garantías posibles la calidad, sostenibilidad y competitividad de una actividad tan relevante desde múltiples ópticas para el desarrollo de nuestra Comunidad Autónoma.

Hasta ahora, cada una de las modalidades de alojamiento contaba con un decreto específico. Esta opción normativa pudo responder en su momento a la necesidad de ir dando una respuesta regulatoria a las nuevas manifestaciones que se iban produciendo en esta materia específica. Ahora bien, ello ha dado lugar a una evidente dispersión normativa sobre un mismo campo, apreciándose por operadores y administración una cierta complejidad en punto a la identificación de la modalidad del servicio de alojamiento a prestar en cada caso y, además, un riesgo de disponer de regulaciones diversas para atender realidades en esencia similares y, por consiguiente, generando cierta inseguridad jurídica.

Sobre la base de esta consideración, uno de los objetivos del proyecto de decreto es unificar, en una sola norma los decretos vigentes hasta ahora relativos a las respectivas modalidades de alojamiento turístico, facilitando así el acceso a los usuarios y agentes del sector al régimen administrativo aplicable a cada uno de ellos desde el inicio al cese de su actividad. En este sentido, el citado decreto trata de homogeneizar la regulación de cuestiones coincidentes en cada modalidad de alojamiento, evitando así la dispersión normativa y los efectos indeseados antes señalados.

Adicionalmente, el decreto contiene la regulación del procedimiento de inscripción en el Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana, así como el régimen de precios aplicable a las empresas prestadoras de servicios y el de los distintivos de las empresas y establecimientos de alojamiento turístico.

El nuevo decreto añade como nueva modalidad de alojamiento turístico el albergue turístico, sin distinción de urbano o rural, y la tipología de hotel-balneario. Se introduce la obligatoriedad de que la relación con las personas o entidades interesadas, tanto para las personas físicas como jurídicas, se realice mediante medios electrónicos, se incorporan principios del Código Ético y se añaden más requisitos para la comercialización de los alojamientos en plataformas digitales. Y se introduce la necesidad de contar con un seguro de responsabilidad civil, en función de cada tipología de alojamiento turístico.

Esta nueva normativa ha sido trabajada con las organizaciones empresariales de alojamiento turístico de las tres provincias, y los grupos de trabajo de las Cámaras de Comercio, contando con un amplio consenso en su redacción final.

Cabe señalar que su tramitación se interrumpió por la parada de la actividad por orden del Ministerio de Sanidad y se retomó tras finalizar la temporada de verano. Y el objetivo ha sido abordar por parte de la administración turística la elaboración de un nuevo texto legal destinado a regular el sector turístico valenciano que, adaptado al nuevo contexto social, empresarial, profesional, tecnológico y normativo sectorial, asegure y fomente con las mayores garantías posibles la calidad, sostenibilidad y competitividad de la actividad turística.

#### **1.1.8. Durante el año 2020 se ha trabajado en los siguientes borradores:**

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

## 1.2. REGISTRO DE TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

En la gestión del Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana, se llevaron a cabo las siguientes inscripciones de altas, bajas, modificaciones y reclasificaciones:

TIPO DE EMPRESA TURÍSTICA	ALTAS	BAJAS	MODIFICACIONES	RECLASIFICACIONES	TOTAL
Establecimientos hoteleros	43	19	141	7	210
Campings y áreas de pernocta	6	1	26	2	35
Bloques y conjuntos de viviendas turísticas	6	0	6	0	12
Alojamientos turísticos rurales	45	26	60	0	131
Turismo activo	67	10	15	0	92
Restauración	24	19	62	0	105
Agencias de Viajes	64	97	200	0	361
Empresas gestoras de viviendas turísticas	47	17	38	0	102
Viviendas turísticas	6.749	1.095	321	28	8.193
<b>TOTAL</b>	<b>6.987</b>	<b>1.185</b>	<b>670</b>	<b>37</b>	<b>9.241</b>

### Agencias de viaje

1.- Durante el año 2020 ha finalizado el proceso de sustitución de la garantía que las agencias de viajes inscritas en el Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana tenían suscrita por la establecida en el artículo 10 del Decreto 101/2018, de 27 de julio, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de agencias de viajes de la Comunitat Valenciana.

En total se han tramitado 726 expedientes de sustitución de garantías, 266 de la provincia de Alicante, 62 de la provincia de Castellón y 398 de la provincia de Valencia.

2.- Se han tramitado 555 expedientes de devolución de las antiguas garantías depositadas en Tesorería de la Generalitat por las agencias de viajes al haber presentado la nueva, de acuerdo con lo dispuesto en la Disposición Transitoria Única del Decreto 101/2018.

### Empresas de servicios complementarios

Las empresas de servicios complementarios son aquellas que tienen por objeto la realización de actividades de interés o directamente relacionadas con el turismo, de entretenimiento y otras de esparcimiento y ocio cuando se oferten con fines turísticos, contribuyendo a la diversificación de la oferta y al desarrollo turístico.

Durante 2020 se continuó 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.

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

Actuaciones durante el año 2020:

TIPO DE RESOLUCIÓN	NÚMERO
Inscripciones	35
Denegaciones	2
Desistimientos	32
Bajas	0

## 1.3 - GESTIÓN DE PROCEDIMIENTOS ESPECIALES

### 1.3.1 – Accesibilidad

En el marco del *Plan Estratégico del Turismo Accesible de la Comunitat Valenciana 2017-2020*, uno de los pilares de la política turística de la Generalitat tiene como objetivo 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.

Con el objetivo final de ir consiguiendo una oferta turística competitiva y adaptada a personas con diversidad funcional, durante el 2020 se realizaron las siguientes auditorías de comprobación en alojamientos turísticos:

TIPO DE EMPRESA TURÍSTICA	NÚM.
Establecimientos hoteleros auditados	118
Establecimientos hoteleros adaptados	119
Establecimientos hoteleros practicables (con necesidad de acompañante)	70
Albergues rurales auditados	0
Albergues rurales adaptados	9
Albergues de ciudad auditados	2
Casas rurales auditadas	3
Casas rurales adaptadas	4
Campings auditados	16
Campings de turismo adaptados	17

TIPO DE EMPRESA TURÍSTICA	NÚM.
<b>Viviendas turísticas</b>	3
<b>Bloques y conjuntos de viviendas turísticas</b>	0

### 1.3.2- Declaraciones de Interés Comunitario (DICs)

La Declaración de Interés Comunitario es el procedimiento que justifica la necesidad de la implantación de actividades industriales, productivas, terciarias y de servicios en suelo no urbanizable.

Durante el año 2020, en la Dirección General de Turismo de la Comunitat Valenciana se tramitaron 56 solicitudes de informes sobre Declaración o Exención de Declaración de Interés Comunitario.

INFORMES DE DICs	NÚM.
<b>Declaraciones de Interés Comunitario</b>	23
<b>Exenciones de Declaración de Interés Comunitario</b>	33

### 1.3.3- Autoregistro de viviendas de uso turístico

Durante 2020, desde la puesta en funcionamiento de la aplicación que permite a los titulares registrar las viviendas que se deciden dedicar a uso turístico y obtener el número de inscripción en el Registro de Turismo, se procedió a inscribir a un total de 1.328 registros de viviendas turísticas.

Del total de viviendas registradas por autoregistro, 948 corresponden a la provincia de Alicante, 138 a Castellón y 242 a la provincia de València.

Por otra parte durante el año 2020 se ha mantenido la “guía de la vivienda turística para propietarios” que tiene por objeto poner en conocimiento de quienes pretendan dedicar al alquiler turístico una vivienda, lo que se considera “vivienda turística” en la Comunitat Valenciana y sus repercusiones, así como los trámites administrativos que les pueden afectar como disponer de hojas de reclamaciones, preparar partes de entrada de viajeros, disponer del certificado de eficiencia energética, cumplir con los Estatutos y normas de la Comunidad de Propietarios respecto de la cesión de viviendas con fines turísticos, etc.

La Guía está disponible en la página web de Turisme y cuenta con enlaces para los trámites donde obtener más información y acceder al departamento competente para su cumplimiento.

### 1.3.4 – Covid-19

La declaración de estado de alarma en marzo 2020 incrementó la actividad ordinaria del Servicio que destinó parte de sus esfuerzos, entre otros asuntos, a:

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

### 1.3.5 – Tramitación de dispensas

La Ley 15/2018, 7 de junio, de la Generalitat, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana, introduce como novedad que las dispensas a los establecimientos de alojamiento deberán obtenerse con carácter previo a la presentación de la correspondiente declaración responsable.

En este sentido, durante el año 2020 se han tramitado, atendiendo al tipo de alojamiento, las dispensas relacionadas en la tabla siguiente:

	HOTELES	CAMPINGS	ALOJAMIENTO RURAL
Dispensas	2	1	2

### 1.3.6 – Informes emitidos en cumplimiento de la LOTUP

1.- Informe, a solicitud del Ayuntamiento del Puig, sobre el uso de la alquería de “La Tanca”, en el término municipal del Puig de Santa María.

2.- Informe, a solicitud de la Dirección General de Medio Natural y de Evaluación Ambiental de la Consellería de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, sobre el catálogo de protecciones del Ayuntamiento de Corbera.

3.- Informe, a solicitud del Ayuntamiento de Gandía sobre la modificación puntual de la ordenación detallada del Plan General. Redistribución de zonas verdes de la playa, C/ Legazpi.

4.- Informe, a solicitud la Dirección General de Medio Natural y Evaluación Ambiental de la Consellería de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, sobre el proceso de evaluación ambiental del plan de ordenación de los recursos naturales de la Sierra Escalona y Dehesa de Campoamor (PORN).

5.- Informe, a solicitud de la Dependencia del Área de Industria y Energía de la Subdelegación del Gobierno en Castellón, sobre el expediente de autorización de los trabajos de sellado y abandono definitivo de los pozos de almacenamiento de gas natural “Castor”, localizado en el mar Mediterráneo, a 21, 6 km de la localidad de Vinaròs.

## 1.4 - TRAMITACIÓN DE RECURSOS

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

## 1.5 - NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA TRAMITACIÓN TURÍSTICA

### 1.5.1- 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, que tiene como objeto garantizar la supervisión de las actividades de prestación de servicios y de reconocimiento de cualificaciones profesionales, por ejemplo, si un prestador de servicios está legalmente establecido en otro Estado miembro, si está autorizado para 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.

Durante el 2020 se realizaron cinco consultas, relativas al módulo de cualificaciones profesionales para proceder al reconocimiento del título de formación o certificado de competencia para el ejercicio en la Comunitat Valenciana de la profesión de guía de turismo el cual fue obtenido en el país de la Unión Europea de la persona solicitante.

### 1.5.2- Tramitación telemática

En 2020 se recibieron un total de 3.469 solicitudes de tramitación vía telemática, lo que supone un incremento con respecto al año anterior de alrededor de 122 solicitudes. La evolución del uso de esta vía ha sido ascendente desde su puesta en funcionamiento.

Solicitudes tramitadas en 2020 según su tipología:

TIPO DE TRAMITACIÓN TELEMÁTICA	NÚM.	TIPO DE TRAMITACIÓN TELEMÁTICA	NÚM.
Establecimientos hoteleros	107	Campings	28
Agencias de viajes	485	Empresas turísticas de servicios complementarios	71
Establecimientos de restauración	162	Reclamaciones a empresas turísticas	768
Empresas gestoras de viviendas turísticas	95	Actividad de bloques y conjuntos de viviendas turísticas.	12
Empresas de turismo activo	75	Profesión de Guía de Turismo	0
Establecimientos de alojamiento rural	61	Aportación documentación	540
Actividad de viviendas turísticas	1.065		

### 1.5.3- Plataforma CUVT-i

La plataforma CUVT-i es una herramienta informática que facilita el procedimiento de comunicación telemática de uso de "viviendas de uso turístico" por las empresas gestoras.

Durante 2020, se contabilizaron las siguientes inscripciones en la plataforma:

PROVINCIAS	EMPRESAS GESTORAS	VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO	
		Nº	ALTAS
Alicante	32	4.348	1.259
Castellón	11	720	475
València	4	800	605
<b>TOTAL</b>	<b>47</b>	<b>5.868</b>	<b>2.339</b>

#### 1.5.4- Formularios para la autodeclaración de tratamientos de datos personales

En el marco de colaboración con la Universitat de València y Presidència de la Generalitat Valenciana y previas las sesiones informativas y de revisión correspondientes, se cumplimentaron las autodeclaraciones de datos personales del Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana, de conformidad con el artículo 31.1 de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD).

Durante 2020 se ha mantenido la colaboración con la universidad citada.

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

La web institucional de Turisme CV pone a disposición de los usuarios el correo electrónico [contacta\\_turisme@gva.es](mailto:contacta_turisme@gva.es) parase consultas, peticiones y solicitudes de información sobre aplicación de las normas del sector turístico. Las consultas recibidas en 2020 por esta vía han sido:

CONSULTAS RECIBIDAS	NÚM.
AGENCIAS DE VIAJES	19
DISTINTIVOS	2
EMPRESAS TURÍSTICAS	138
PROFESIONES TURÍSTICAS GUIAS DE TURISMO	38
VIVIENDAS TURÍSTICAS*	236
<b>TOTALES PETICIONES Y CONSULTAS</b>	<b>433</b>

## 1.6 - PROFESIONES TURÍSTICAS - GUÍAS DE TURISMO

### 1.6.1- Renovación de acreditaciones

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

A diciembre de 2020 había inscritos 1.321 guías habilitados en la Comunitat Valenciana. Durante el 2020 se tramitaron 290 expedientes de acreditación a solicitud del interesado, motivados por renovaciones, extravíos o sustracciones. De la campaña iniciada en octubre de 2019 de actualización de los guías habilitados que no habían renovado su acreditación, además de comportar gran número de las renovaciones efectuadas este año, se generaron 43 resoluciones de baja, de los cuales 36 ya no constan en activo en el Registro y se ha creado un nuevo archivo de “guías de turismo de baja”.

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

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

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

### **1.6.3- Mesa de trabajo para nueva convocatoria de pruebas**

Durante 2020 se mantuvieron dos reuniones de trabajo “Covid-Guías” con el sector de guías de turismo en relación tanto con la prestación del servicio de información con medidas restrictivas Covid-19, como con la nueva convocatoria de pruebas de habilitación de guía de turismo de la Comunitat Valenciana y pruebas de ampliación de idiomas para los guías ya habilitados por la Comunitat Valenciana.

### **1.6.4- Nueva convocatoria de pruebas de guías habilitados**

Durante 2020 se ha finalizado la redacción de la Resolución por la que se convocan las pruebas de habilitación de guía de turismo de la Comunitat Valenciana y pruebas de ampliación de idiomas para los guías ya habilitados por la Comunitat Valenciana.

En dicha Resolución se agilizará la presentación a la convocatoria mediante un nuevo trámite GUC. Además, en esta nueva convocatoria, una vez elaborada la lista definitiva de personas candidatas declaradas aptas en idiomas, el Tribunal convocará a los aspirantes para la realización de la prueba tipo test y la prueba oral de conocimientos específicos, y una vez valoradas ambas pruebas será cuando se publique la relación de personas aspirantes declaradas aptas o no aptas por el Tribunal, con sus respectivas puntuaciones, con el objeto de acortar tiempo entre la prueba tipo test y la prueba oral.

Se han mantenido reuniones con el servicio de informática de Turisme Comunitat Valenciana para gestionar la tramitación telemática de la presentación de solicitudes de participación en las pruebas.

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

# 2

## ASISTENCIA E INSPECCIÓN TURÍSTICA



## 2.1. INSPECCIÓN TURÍSTICA

### 2.1.1. 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 las personas usuarias de servicios turísticos y detectar las actividades que operen en la clandestinidad, durante el ejercicio 2020 se han realizado las siguientes acciones:

- a. Gestión de reclamaciones: Se han recibido y tramitado 744 reclamaciones de usuarios turísticos con el siguiente desglose:

ALICANTE	373
VALENCIA	139
CASTELLÓN	232

- b. Inspecciones: Respecto a la actividad inspectora, se han realizado 1.261 actuaciones, repartiéndose como se indica a continuación:

ALICANTE	433
VALENCIA	452
CASTELLÓN	376

- c. El número de consultas recibidas en relación a reclamaciones y denuncias a través de [contacta turismo@gva.es](mailto:turismo@gva.es) es de 29

### 2.1.2 Plan de inspección 2020

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.

En 2020, se aprobó el Plan de inspección de Turismo mediante resolución del director general de Turismo de fecha 18 de febrero. Dicho plan recoge los programas que debe realizar la inspección a lo largo de todo el año, garantizando una adecuada planificación inspectora y la consecución de objetivos, conforme a lo establecido en la Ley 15/2018, de 7 de junio, de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana y en el decreto 15/2020, de 31 de enero, del Consell, de disciplina turística en la Comunitat Valenciana.

En el artículo 7 del referido decreto, se recoge la división del Plan de inspección en dos partes:

- 1.- Plan General
- 2.- Planes especiales

Por otro lado, hay que tener presente el carácter excepcional de la situación de la crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19, lo que llevó a que, en el mes de marzo, el Gobierno, a través del Real decreto 463/2020, de 14 de marzo, para la gestión de la situación de crisis sanitaria, decretara el estado de alarma y sucesivas prórrogas, derivando en la paralización de la actividad inspectora hasta la finalización del mismo, el 21 de junio de 2020.

Como consecuencia de ello, se procedió al reajuste de actuaciones previstas en el plan de inspección 2020, reduciendo las mismas e incluso paralizando determinados programas que serán llevados a término en el futuro plan de inspección para el año 2021.

### PLAN GENERAL

ACTUACIONES DEL PLAN GENERAL	PREVISIONES PLAN 2020	REAJUSTE DEL PLAN 2020	EJECUCIÓN	%
Programa de comprobación y control de actividades y empresas turísticas derivadas de la ley 17/2009	No es posible cuantificar a priori el número de actuaciones a realizar, ya que depende de las declaraciones responsables.	Se mantiene	n.º de actuaciones realizadas 1.260	100%
Programa de calidad y competitividad en hoteles comprobación de resultados tras la información realizada del decreto 2/2017.	nº de hoteles de 3 estrellas a comprobar: - Valencia 17 - Alicante 56 nº de hoteles de dos estrellas a comprobar: - Valencia 19 - Castellón 39	-Valencia 18 hoteles de 2 y 3 estrellas (50%) -Alicante solo comprobar requerimientos -Castellón 40 hoteles de 2 estrellas (100%)	Valencia 15 (12 de 2 estrellas y 3 de 3 estrellas)  Alicante 66 de 2 y 3 estrellas  Castellón 40 hoteles de 2 estrellas (100%)	100%
Programa de actualización del registro de alojamientos turísticos rurales en el interior de la Comunitat Valenciana.	Nº de alojamientos turísticos rurales a comprobar: - Valencia 58 - Alicante 22 - Castellón 26	Valencia 36 (50%)  Alicante 22 (100%)  Castellón 26 (100%)	- Valencia 14 - Alicante 15 - Castellón 34	75%
Programa de comprobación y verificación en bloques y conjuntos de viviendas turísticas.	nº de bloques y conjuntos de viviendas turísticas a comprobar: - Alicante 3 - Valencia 2	Se mantiene	- Alicante 3 - Valencia 2	100%

## PLANES ESPECIALES

ACTUACIONES PLANES ESPECIALES	PREVISIONES PLAN 2020	REAJUSTE AL PLAN 2020	EJECUCIÓN	%
Programa sector campings de turismo.	nº de establecimientos a verificar los sistemas de evacuación y vías de emergencias, las modificaciones de capacidad y distintivo: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valencia 17</li> <li>- Alicante 16</li> <li>- Castellón 10</li> </ul>	Se mantiene	nº de establecimientos que se han verificado: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valencia 15</li> <li>- Alicante 10</li> <li>- Castellón 7</li> </ul>	75%
Programa actualización registro viviendas turísticas.	Depuración y actualización de la situación de las viviendas turísticas inscritas en el Registro de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valencia 713</li> <li>- Alicante 1500</li> <li>- Castellón 1036</li> </ul>	Se aplaza su ejecución para el plan 2021		-
Programa de intrusismo: Campaña de sensibilización de intrusismo en apartamentos turísticos y afloración de oferta no declarada.	Campaña estival de sensibilización de las de las empresas gestoras y de los gestores de los canales de comercialización en Internet. Ampliación de actuaciones bilaterales con Ayuntamientos turísticos.	Actuaciones online y tramitación de denuncias y reclamaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valencia 43</li> <li>- Alicante 67</li> <li>- Castellón 29</li> </ul>	100%

ACTUACIONES PLANES ESPECIALES	PREVISIONES PLAN 2020	REAJUSTE AL PLAN 2020	EJECUCIÓN	%
<p><b>Programa de intrusismo: Campaña especial de sensibilización contra el intrusismo en la actividad de guías de turismo.</b></p>	<p>n.º de visitas de inspección a lugares más emblemáticos para comprobar in situ la habilitación como Guía Turístico de las personas que efectúan visitas turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valencia 8</li> <li>- Alicante 8</li> <li>- Castellón 3</li> </ul>	<p>Se mantiene</p>	<p><b>Valencia</b> 8 actuaciones Plaza de la virgen, La lonja, Mercado central, Zona Torres de Serranos y Catedral. No se ha detectado actividad alguna de guías de turismo sin habilitación.  <b>Alicante</b> 8 actuaciones. Conjunto Histórico-Artístico, Castillo de Guadalest. No se ha detectado actividad alguna de guías de turismo sin habilitación.  <b>Castellón</b> Al no haber habido denuncias, no se ha producido ninguna actuación por parte de los agentes de inspección.</p>	<p>100%</p>
<p><b>Campaña agencias de viajes: Campaña especial de información dirigida a agencias de viajes y curso específico de formación.</b></p>	<p>1.-Realización de un Curso de formación dirigido a los funcionarios con competencias en materia de agencias de viajes, a realizar de forma coordinada con el IVAP                  2.-Mejora en el diseño de una ficha o dossier informativo conjuntamente con los servicios territoriales                  3.-Continuidad de la comunicación a las asociaciones, agencias y usuarios</p>	<p>Se mantiene el curso de forma telepresencial</p>	<p>1.-Se ha realizado de forma coordinada con el Instituto Valenciano de Administración Pública (IVAP), el curso “Nueva regulación sobre los viajes combinados y servicios vinculados”, los días 2, 3 y 4 de noviembre de forma telepresencial para más de 30 funcionarios de los servicios territoriales y centrales, intervinieron como ponentes, el catedrático de derecho civil de la Universidad de Castilla la Mancha y representantes de la asociación de consumidores y usuarios de la Comunitat Valenciana (AVACU).</p>	<p>100%</p>

			<p>2.-Se ha mejorado el dossier</p> <p>3.-Se ha realizado la comunicación a las asociaciones, agencias y usuarios</p>	
<p>Campaña agencias de viajes: Campaña de información y comprobación de la sustitución de la garantía suscrita, conforme al nuevo decreto 101/2018, de 27 de julio, del consell por el que se aprueba el reglamento de agencias de viajes de la Comunitat Valenciana.</p>	<p>nº de agencias de viajes pendientes de proceder al cambio de garantía:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valencia 48</li> <li>- Alicante 70</li> <li>- Castellón 1</li> </ul>	<p>Se mantiene</p>	<p>Sustitución de la garantía por las agencias de viajes que estaban pendientes de su ejecución conforme al decreto 101/2018.</p>	<p>100%</p>
<p>Campaña de turismo activo: Comprobación y vigencia del contrato de seguro de responsabilidad civil.</p>	<p>n.º de verificaciones 81</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valencia 11</li> <li>- Alicante 44</li> <li>- Castellón 30</li> </ul>	<p>Se mantiene</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valencia 11</li> <li>- Alicante 44</li> <li>- Castellón 30</li> </ul>	<p>100%</p>

ACTUACIONES PLANES ESPECIALES	PREVISIONES PLAN 2020	REAJUSTE AL PLAN 2020	EJECUCIÓN	%
<p><b>Campaña de turismo activo: Formación inspectores de turismo en turismo activo.</b></p>	<p>Curso de formación dirigido a los funcionarios con competencias en materia de turismo activo impartido por miembros de la Asociación Comunitat Valenciana Activa (CV ACTIVA). Su finalidad es dotar al personal de turismo de los conocimientos técnicos específicos de las actividades recogidas en el decreto regulador 22/2012 de 27 de enero, del Consell, regulador del turismo activo en la Comunitat Valenciana que permitan resolver las dudas técnicas o de actuación ante diferentes situaciones.</p>	<p>Se aplaza su ejecución a 2021</p>		<p>-</p>
<p><b>Campaña de turismo activo: Actuación de comprobación in situ contra el intrusismo en turismo activo.</b></p>	<p>En colaboración con CV ACTIVA se establecerán tres puntos de control en diferentes parajes de la Comunitat donde se llevan a cabo en temporada actividades de turismo activo y que por sus características sean susceptibles de llevar a cabo la actuación. Con la colaboración de la Unidad Adscrita de la Policía Nacional se identificará a las empresas y se verificará el cumplimiento de los requisitos exigibles de acuerdo con el Decreto 22/2012 citado.</p>	<p>Se aplaza su ejecución a 2021</p>		<p>-</p>

ACTUACIONES PLANES ESPECIALES	PREVISIONES PLAN 2020	REAJUSTE AL PLAN 2020	EJECUCIÓN	%
<p>Programa especial de explotación de datos viviendas turísticas comercializadas por internet.</p>	<p>1.-Analizar las tendencias y características de este mercado de alojamiento, incluyendo datos de ocupación, precios y localización espacial de la oferta.                  2.- Obtener información relevante sobre coincidencias y discrepancias de las viviendas comercializadas en Internet con la información que figura en el Registro, dotando así a la inspección de turismo de nuevas herramientas para la depuración y actualización del mismo y para la lucha contra el intrusismo.                  3.- Entrega por parte de la empresa con carácter mensual del trabajo. La empresa externa Guadaltel, adjudicataria del contrato de servicios en 2019, ha continuado a lo largo de 2020 con la remisión de los listados y la consiguiente depuración del registro de Turismo, permitiendo que la oferta de viviendas turísticas se acerque más a la realidad del mercado, aflorando la oferta clandestina de este sector.</p>	<p>Se mantiene</p>	<p>Como consecuencia de la información facilitada por la empresa Guadaltel se han efectuado requerimientos a las plataformas de internet para la eliminación de ofertas de alquiler de viviendas turísticas que se publicitan y se comercializan en sus webs, sin el número de inscripción del registro de Turismo o bien con firmas que no se ajustan a la realidad.</p> <p>-Airbnb Marketing and Services SLU.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valencia 3767 viviendas</li> <li>• Castellón 2080 viviendas</li> </ul> <p>- Rentalia Holidays SL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Castellón 105viviendas</li> </ul> <p>- HomeAway SL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valencia 544 viviendas</li> <li>• Castellón 83 viviendas</li> </ul> <p>-Booking Hispania SL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valencia 306viviendas</li> <li>• Alicante 89 viviendas</li> </ul>	<p>100%</p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Castellón 36 viviendas</li> </ul> <p>Durante el año han ido disminuyendo en las plataformas de internet, las viviendas turísticas que se publicitaban sin número de registro, salvo la plataforma Airbnb</p> <p>Actuaciones específicas de diligencias previas con relación las plataformas de internet se han realizado:</p> <p>4 en València a las ss plataformas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Airbnb Marketing and Services SLU. Notificaciones electrónicas rechazadas tanto del 1º requerimiento como del 2º.</li> <li>- Rentalia Holidays SL Requerimiento, subsanación y archivo.</li> <li>- HomeAway SL Tras requerimientos indican que no son sujetos responsables. Archivo.</li> <li>- Booking Hispania SL Requerimiento por firmas falsas, Subsanación y archivo.</li> </ul> <p>3 en Castellón</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Homeaway Spain.</li> <li>-Locajava.com</li> <li>-Youbid S.L</li> </ul>	
--	--	--	---	--

			traventia.com  (Con resultado de archivo por subsanación en los 3 casos).	
--	--	--	---	--

### 2.1.3. Tramitación de Expedientes Sancionadores y Recursos

De conformidad con la Ley 39/2015 de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, el número de expedientes sancionadores que se han gestionado en la Comunitat Valenciana, son los siguientes:

PROVINCIA	2020
ALICANTE	0
CASTELLÓN	2
VALENCIA	8
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>

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 los siguientes recursos de alzada:

PROVINCIA	2020
ALICANTE	0
CASTELLÓN	0
VALENCIA	1
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>

### 2.1.4. Aplicación Corporativa Sancionadora

La Comisión Técnica para la Mejora de la Calidad de los Servicios Públicos (COSMIQ), creó el 28 de febrero de 2017 el grupo técnico de trabajo cuyo objetivo era la elaboración de una aplicación sancionadora corporativa para toda la Generalitat.

Una vez finalizada la parte general de la aplicación para toda la Generalitat, a finales de 2018, y en coordinación con la Dirección General de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (DGTIC), se procedió a la implementación de la parte específica relativa a las diligencias previas y expedientes sancionadores correspondientes a Turismo.

Finalmente, en abril de 2019, se inició la puesta en marcha de la aplicación sancionadora en los Servicios Territoriales de Turismo y en la Dirección General, lo que ha generado la aparición de incidencias que a lo largo de 2019 se han ido solventado por la DGTIC.

Durante 2020, se han resuelto por la DGTIC, la totalidad de las incidencias enviadas y tramitadas a través de mastín, aplicación corporativa sancionadora, consolidándose la aplicación como herramienta que permite la tramitación de los procedimientos administrativos sancionadores y de las reclamaciones o denuncias de una manera más ágil, así como una mayor explotación de los datos que conlleva a elaborar estadísticas y listados con amplios parámetros de elección, hojas de cálculo etc.

### 2.1.5 Renovación parque móvil inspección de Turismo

Función fundamental de la inspección de Turismo es la vigilancia y comprobación del cumplimiento de las disposiciones legales en materia turística por parte de las empresas turísticas y de las personas prestadoras de servicios turísticos, lo que conlleva la necesidad de realizar inspecciones e investigar hechos que a menudo implican el desplazamiento y acceso a los establecimientos y dependencias de las empresas turísticas.

Debido a la antigüedad de los coches (más de 14 años algunos de ellos), durante le ejercicio 2020, se ha efectuado la compra centralizada siguiendo lo establecido por la Dirección General de Racionalización y Centralización de la Contratación, del Ministerio de Hacienda, realizándose la compra de 6 vehículos Fiat Panda City Cross hi.

## 2.2. 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 2020, se han realizado 52 declaraciones de fiestas de interés turístico, de las cuales, 6 son fiestas de Interés Turístico Autonómico, 7 son fiestas de Interés Turístico Provincial y 39 son fiestas de Interés Turístico Local.

Se desestimaron 18 solicitudes de fiestas por informe desfavorable, todas ellas de ámbito local.

Quedando pendientes de resolver 2 fiestas de Interés Turístico Provincial y 1 fiesta de Interés Turístico Local.

FIESTAS DECLARADAS		ALICANTE	CASTELLÓN	VALENCIA	
AUTONÓMICO	6	5	1	0	
PROVINCIAL	7	2	3	2	
LOCAL	39	7	15	17	52

FIESTAS DESESTIMADAS		ALICANTE	CASTELLÓN	VALENCIA	
AUTONÓMICO	0	0	0	0	
PROVINCIAL	0	0	0	0	
LOCAL	18	1	5	12	<b>18</b>

### 2.2.1. Fiestas de Interés Turístico autonómico

“**FIESTAS DEL MEDIEVO**” de Villena (Alicante). Declarada Fiesta de Interés Turístico Autonómico de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 30 de enero de 2020 ([DOGV 10-02-2020](#)).

“**FESTES I FIRA EN HONOR DE SANTA MARIA MAGDALENA**” de Banyeres de Mariola (Alicante). Declarada Fiesta de Interés Turístico Autonómico de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 22 de abril de 2020 ([DOGV 27-04-2020](#)).

“**SEMANA SANTA DE VILA-REAL**” de Vila-Real (Castellón). Declarada Fiesta de Interés Turístico Autonómico de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 05 de mayo de 2020 ([DOGV 07-05-2020](#)).

“**FALLAS**” de Elda (Alicante). Declarada Fiesta de Interés Turístico Autonómico de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 21 de mayo de 2020 ([DOGV 25-05-2020](#)).

“**FIESTAS DE MOROS Y CRISTIANOS DE MUTXAMEL**” de Mutxamel (Alicante). Declarada Fiesta de Interés Turístico Autonómico de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 09 de noviembre de 2020 ([DOGV 16-11-2020](#)).

“**FIESTAS DE MOROS Y CRISTIANOS**” de Novelda (Alicante). Declarada Fiesta de Interés Turístico Autonómico de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 18 de noviembre de 2020 ([DOGV 24-11-2020](#)) ([DOGV 02-12-2020](#)).

### 2.2.2. Fiestas de Interés Turístico provincial

“**ESCENIFICACIÓN DE JUEVES SANTO: JUICIO Y CRUCIFIXIÓN DE JESÚS EN EL MONTE CALVARIO DE ROJALES**” de Rojales (Alicante). Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 06 de febrero de 2020 ([DOGV 17-02-2020](#)) ([DOGV 03-03-2020](#)).

“**FESTA DE SANT ROC SERRA**” de Serra (Valencia). Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 07 de mayo de 2020 ([DOGV 11-05-2020](#)).

“**FESTES DE LA RELÍQUIA DE SANT JORDI**” de Banyeres de Mariola (Alicante). Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 15 de mayo de 2020 ([DOGV 19-05-2020](#)).

“**LA SETMANA SANTA D’OLIVA**” de Oliva (Valencia). Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 30 de julio de 2020 ([DOGV 03-08-2020](#)).

“**FIRA I FESTES DE SANT JOAN I SANT PERE DE VINARÒS**” de Vinaròs (Castellón). Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 08 de septiembre de 2020 ([DOGV 16-09-2020](#)).

**“FESTES DELS SANTS DE LA PEDRA” de La Vilavella (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 15 de diciembre de 2020 ([DOGV 29-12-2020](#)).

**“FESTA LA VILA” de La Vilavella (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 22 de diciembre de 2020 ([DOGV 28-12-2020](#)).

### 2.2.3. Fiestas de Interés Turístico local

**“FALLAS” de Náquera (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 15 de enero de 2020 ([DOGV 29-01-2020](#)).

**“FESTES PATRONALS DELS IVARSOS” de Sierra Engarcerán (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 15 de enero de 2020 ([DOGV 29-01-2020](#)).

**“FESTES PATRONALS DE LA SERRA D'EN GALCERÀ” de Sierra Engarcerán (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 03 de febrero de 2020 ([DOGV 10-02-2020](#)).

**“SANT ANTONI” de Vistabella del Maestrat (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 03 de febrero de 2020 ([DOGV 10-02-2020](#)).

**“FIESTAS PATRONALES DE LA MADRE DE DIOS DE LA CUEVA SANTA” de Beniarrés (Alicante).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 05 de febrero de 2020 ([DOGV 17-02-2020](#)).

**“FESTES PATRONALS DE MONTITXELVO” de Montichelvo (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 20 de febrero de 2020 ([DOGV 02-03-2020](#)).

**“FIESTAS DE MAYO INCLUIDA LA ROMERÍA DE SAN ISIDRO” de Salinas (Alicante).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 14 de febrero de 2020 ([DOGV 03-03-2020](#)).

**“FESTES DE SANT ANTONI A LA SERRA D'EN GALCERAN” de Sierra Engarcerán (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 20 de febrero de 2020 ([DOGV 09-03-2020](#)).

**“FESTES DE SANT ANTONI ALS IVARSOS” de Sierra Engarcerán (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 28 de febrero de 2020 ([DOGV 09-03-2020](#)).

**“HOGUERA DE LA VIRGEN DE LOS DOLORES” de Biar (Alicante).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 19 de febrero de 2020 ([DOGV 10-03-2020](#)).

**“FESTA DE LA NIT DE REIS DE LA SERRA D'EN GALCERAN” de Sierra Engarcerán (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 24 de febrero de 2020 ([DOGV 10-03-2020](#)).

**“FIESTAS DE SANTA LUCÍA” de Banyeres de Mariola (Alicante).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 26 de febrero de 2020 ([DOGV 11-03-2020](#)).

**“FIESTAS PATRONALES ALGÍMIA D'ALFARA” de Algímia d'Alfara (Valencia).** Declarada Fiesta de

Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 28 de febrero de 2020 ([DOGV 11-03-2020](#)).

**“FESTES PATRONALS I DE MOROS I CRISTIANS D’AIELO DE MALFERIT” de Aielo de Malferit (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 10 de marzo de 2020 ([DOGV 26-03-2020](#)).

**“FESTIVIDAD DE SAN ISIDRO LABRADOR” de Beneixama (Alicante).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 10 de marzo de 2020 ([DOGV 26-03-2020](#)).

**“FESTES MOROS, CRISTIANS I CONTRABANDISTES DE LA FONT DE LA FIGUERA” de La Font de la Figuera (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 10 de marzo de 2020 ([DOGV 26-03-2020](#)).

**“FIESTAS PATRONALES DE SAN BLAS” de Jalance (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 10 de marzo de 2020 ([DOGV 26-03-2020](#)).

**“FESTES A SANT ANTONI ABAT DEL BARRI DE L’ERMITETA D’ONTINYENT” de Ontinyent (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 10 de marzo de 2020 ([DOGV 26-03-2020](#)).

**“MOSTRA D’OFICIS TRADICIONALS SANT JORDI” de San Jorge (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 24 de abril de 2020 ([DOGV 28-04-2020](#)).

**“SANT ANTONI EN CAMPELL” de La Vall de Laguar (Alicante).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 24 de abril de 2020 ([DOGV 28-04-2020](#)).

**“FESTES PATRONALS” de Benavites (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 24 de abril de 2020 ([DOGV 28-04-2020](#)).

**“FESTES DE SANT BLAI” de La Salzadella (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 12 de mayo de 2020 ([DOGV 14-05-2020](#)).

**“CASTELL DE FOCES D’ARTIFICI DE 24 D’AGOST” de Godella (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 28 de mayo de 2020 ([DOGV 01-06-2020](#)).

**“FESTIVIDAD DE SAN ANDRÉS” de Ayora (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 11 de junio de 2020 ([DOGV 19-06-2020](#)).

**“FESTES PATRONALS DE BENISSODA” de Benissoda (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 16 de junio de 2020 ([DOGV 19-06-2020](#)).

**“FIESTA DE SAN ANTÓN DE CALLES” de Calles (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 17 de junio de 2020 ([DOGV 19-06-2020](#)).

**“FESTES A SANT PERE APÒSTOL” de Mogente (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico

Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 16 de junio de 2020 ([DOGV 22-06-2020](#)).

**“FESTIVIDAD DE SAN ANTONIO ABAD” de Costur (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 03 de julio de 2020 ([DOGV 07-07-2020](#)).

**“FIESTA DE PASCUA DE MILLARES” de Millares (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 08 de julio de 2020 ([DOGV 21-07-2020](#)).

**“FIESTAS PATRONALES DE COSTUR” de Costur (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 03 de julio de 2020 ([DOGV 24-07-2020](#)).

**“FIESTAS EN HONOR A SAN ANTONIO ABAD” de Matet (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 23 de julio de 2020 ([DOGV 30-07-2020](#)).

**“SETMANA SANTA ONTINYENT” de Ontinyent (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 04 de agosto de 2020 ([DOGV 07-08-2020](#)).

**“SANT ANTONI ABAT DE BENISSUERA” de Benissuera (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 08 de septiembre de 2020 ([DOGV 16-09-2020](#)).

**“FIESTAS DE LA VIRGEN DE LOS DESAMPARADOS” de Gaibiel (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 08 de septiembre de 2020 ([DOGV 16-09-2020](#)).

**“FESTES PATRONALS DE L’ALQUERIA DE LA COMTESSA” de L’Alqueria de la Comtessa (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 06 de octubre de 2020 ([DOGV 20-10-2020](#)).

**“FESTA DELS NANOS DE COCENTAINA” de Cocentaina (Alicante).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 26 de octubre de 2020 ([DOGV 02-11-2020](#)).

**“FESTES DE SANT ANTONI” de La Vilavella (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 27 de noviembre de 2020 ([DOGV 04-12-2020](#)).

**“FIESTAS PATRONALES SAN ANTONIO DE PADUA” de Sot de Ferrer (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 10 de diciembre de 2020 ([DOGV 16-12-2020](#)).

**“FESTES DE LA COVA SANTA” de La Vilavella (Castellón).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 23 de diciembre de 2020 ([DOGV 29-12-2020](#)).

### 2.2.4. Fiestas de Interés Turístico Nacional e Internacional declaradas por la Administración General del Estado

El 7 de agosto de 2019 se publicó en el BOE la [Orden ICT/851/2019](#), de 25 de julio, por la que se regula la declaración de fiestas de interés turístico nacional e internacional. Al amparo de la nueva normativa, se procede a realizar el informe preceptivo de las fiestas de competencia de la Secretaría de Estado de Turismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Con el siguiente desglose; 2 informes favorables de fiesta de interés turístico de carácter Nacional.

FIESTAS DEL ESTADO	ALICANTE	CASTELLÓN	VALENCIA
INTERNACIONAL	0	0	0
NACIONAL	1	0	1

Resolución de 16 de noviembre de 2020, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se concede el título de Fiesta de Interés Turístico Nacional a la fiesta **“MOROS Y CRISTIANOS”** de Elda (Alicante). ([BOE 01-12-2020](#))

**“FALLAS DE GANDIA”** de Gandia (Valencia). Sin resolución.

### 2.3. RECONOCIMIENTO DE LA CONDICIÓN DE MUNICIPIO TURÍSTICO

El 17 de enero de 2020 se publicó en el DOGV el [Decreto 5/2020](#), de 10 de enero, del Consell, de regulación del estatuto del municipio turístico de la Comunitat Valenciana, dicha norma se dicta en desarrollo de la Ley valenciana de turismo, ocio y hospitalidad y tiene por objeto regular los criterios que deben cumplir y las obligaciones que deben asumir los municipios para obtener y mantener la consideración de municipio turístico, así como los derechos que tal reconocimiento comprende.

De conformidad con la nueva regulación, en el ejercicio 2020, se han recibido 6 solicitudes de las cuales se han concedido 1 y denegado 3.

Quedando pendientes 2 solicitudes por resolver.

MUNICIPIO TURÍSTICO	ALICANTE	CASTELLÓN	VALENCIA
CONCEDIDO	1	0	0
DENEGADO	0	1	2

RESOLUCIÓN de 10 de septiembre de 2020, de la Presidencia de la Generalitat, por la que se otorga el reconocimiento de la condición de municipio turístico de la Comunitat Valenciana al Ayuntamiento de **Benidorm**. ([DOGV 16-09-2020](#)).

## 2.4. PLANES DE DINAMIZACIÓN Y GOBERNANZA 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 Turisme Comunitat Valenciana, lanzó en el año 2016 la iniciativa de los Planes de Competitividad Turística de los Destinos de la Comunitat Valenciana, actualmente llamados Planes de Dinamización y Gobernanza Turística, 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.

Dichos planes se articulan, a lo largo de un periodo de tres años, de convenios entre Turisme Comunitat Valenciana, las Diputaciones Provinciales, las Mancomunidades y las Asociaciones Empresariales Turísticas.

El coste de los Planes se financia a partes iguales por las Administraciones firmantes: Turisme Comunitat Valenciana, diputaciones provinciales y las mancomunidades o asociaciones intervinientes.

En el ejercicio 2020 se presupuestaron **18 PLANES DE DINAMIZACIÓN Y GOBERNANZA TURÍSTICA:**

### ALICANTE

- Consorcio para el Desarrollo Económico de la Vega Baja-CONVEGA-
- Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca

### CASTELLÓN

- Asociación Intermunicipal Catí, Culla, Benassal y Ares del Maestrat
- Mancomunidad Intermunicipal del Alto Palancia
- Mancomunitat Comarcal Els Ports
- Mancomunidad Espadán-Mijares
- Asociación Intermunicipal de Municipios de Penyagolosa
- Consorcio del Pacto Territorial para la Creación de Empleo de la Plana Baixa
- Associació Intermunicipal de Dinamització i Promoció de la Plana de l'Arc
- Associació de Promoció Turística Terres del Maestrat, Ànima Interior.

### VALENCIA

- Ayuntamiento de Sagunto-Camp de Morvedre
- Mancomunidad Hoya de Buñol-Chiva
- Mancomunitat de Municipis La Costera-Canal
- Mancomunidad del Interior Tierra del Vino
- Mancomunitat de la Canal de Navarrés
- Mancomunitat del Carraixet

- Mancomunitat Camp de Turia
- Mancomunitat de Municipis de la Safor

De los cuales se han formalizado todos excepto cuatro que han renunciado, son los que siguen:

- Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca
- Mancomunitat del Carraixet
- Mancomunitat Camp de Turia
- Mancomunitat de Municipis de la Safor

A continuación, se detalla, para cada uno de los convenios firmados, un resumen de las actuaciones más relevantes contenidas en los mismos:

### PROVINCIA DE ALICANTE

#### CONSORCIO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LA VEGA BAJA- CONVEGA-

Se inicia este Plan, como primera actuación, con el diseño de la imagen gráfica de la Marca para la Vega Baja y todo lo relacionado con ella: creación de un manual de aplicación de la marca, llamada a proyecto, productos de promoción y *merchandaising* de la marca.

Destaca también las acciones de adecuación y señalización de senderos PR, mejora de la accesibilidad y mejora en la señalización de los ya existentes, además se ha desarrollado un banco de imágenes y videos de las rutas de senderismo.

Por último, se ha llevado a cabo la actualización del inventario de los recursos turísticos de la Vega Baja, en formato digital, creándose un banco de imágenes de los recursos naturales y culturales, paisajísticos y territoriales de la comarca.

### PROVINCIA DE CASTELLÓN

#### ASOCIACIÓN INTERMUNICIPAL CATI, CULLA, BENASSAL Y ARES DEL MAESTRAT

En este nuevo ejercicio se ha impulsado principalmente el turismo gastronómico, deportivo y de naturaleza, contratándose a una empresa para llevar a cabo las estrategias en redes sociales, web, perfiles, así como las campañas de publicidad en radio y prensa.

En resumen, las acciones han sido: la creación de una ruta señalizada ciclo-turista, se han mejorado los paneles y marquesinas de las rutas senderistas de los municipios de la asociación. No se ha podido realizar debido a la crisis sanitaria la MBT Alt Maestrat. Se han editado folletos con las rutas y planos de los municipios

En cuanto al producto gastronómico se ha elaborado un Plan Director de Turismo Gastronómico y se han celebrado diferentes eventos de promoción de los productos de proximidad: catas, degustaciones y showcooking. Cabe mencionar la acción de ayuda a los restaurantes locales para la digitalización y producción de sus cartas y menús en formato QR.

Se han actualizado los contenidos de las pantallas táctiles que están instaladas en casa uno de los municipios que conforman la asociación.

#### MANCOMUNIDAD INTERMUNICIPAL DEL ALTO PALANCIA

Se ha llevado a cabo un plan de interpretación y señalización turística inteligente mediante beacons y su aplicación para dispositivos móviles, que envía al turista información contextualizada dependiendo del lugar donde se encuentre.

Otra actuación ha sido la referida a los eventos agroalimentarios, con lo que se pone en valor los productos de destino, celebrándose catas, degustaciones, showcooking y charlas.

Se han llevado a cabo acciones formativas y de sensibilización con empresarios para implementar un club de producto turístico.

Se ha contratado una agencia de comunicación para llevar a cabo las estrategias de comunicación y publicidad, gestión de redes, etc. Se han realizado publrreportajes, una emisión en Tv local. Dentro de los soportes mercand se han suministrado mascarillas y bolsas con los logos de los Planes.

Por último, se ha realizado un proyecto de señalización de rutas ciclopeatonales

#### **MANCOMUNITAT COMARCAL ELS PORTS**

Para la modernización de museos y puntos de información se han suministrado portátiles y proyectores y pantallas de TV entre los municipios que integran la mancomunidad.

Se ha rediseñado y producido nuevo material de promoción, con traducción a otros idiomas.

En relación a las actuaciones referidas a senderos: Redacción del proyecto técnico para la adecuación y ampliación del GR-331 y la señalización, tematización y homologación del mismo. Se han

Otra actuación ha sido la adecuación de la web promocional y la realización de una campaña de marketing on-line

En cuanto a los eventos deportivos programados, debido al Covid-19 sólo se ha podido celebrar alguno de ellos.

Se ha contratado una empresa para el desarrollo del Plan Director de Turismo Gastronómico, dentro del cual se han llevado a cabo acciones de sensibilización y adhesión de empresas, así como formación a las mismas

Por último, la producción y suministro de señalización con monolitos corporativos para los nuevos municipios de la mancomunidad.

#### **MANCOMUNIDAD ESPADÁN-MIJARES**

Contratación de una empresa para la implementación del Plan de Destino Turístico Inteligente, con el objetivo de utilizar la innovación y vanguardia tecnológica para mejorar las experiencias ofrecidas al turista.

Plan Director de Turismo Gastronómico, que básicamente ha consistido en programas de sensibilización, adhesión, formación y asistencia a empresas del territorio.

Adecuación y homologación del sendero GR-333.

Actuaciones de turismo activo: Barranquismo: Señalización y adecuación de 18 barrancos y 5 cauces para trekking fluvial, con elaboración de una guía en pdf y video promocional. Escalada y vías ferratas: Se han acondicionado y equipado 3 vías ferratas.

En lo referente a la campaña de comunicación, se han realizado varios publrreportajes en revistas y redes. También se ha desarrollado una campaña de marketing on-line, con una importante proyección en Facebook.

#### **ASOCIACIÓN INTERMUNICIPAL DE MUNICIPIOS DE PENYAGOLOSA**

Con un alto grado de ejecución, este año se han implementado 8 rutas ciclopeatonales que mejoran la puesta en valor turístico los espacios naturales, tales como la Ruta de la Cueva en Villahermosa o la Ruta de la Metalurgia de el Alcalaten.

Dentro del Plan de Sensibilización, se han organizado reuniones con los ayuntamientos de los municipios integrantes del Plan, para informarles de los beneficios del PDGT.

Como soportes de difusión de la marca turística, se han suministrado mascarillas con los logos del Plan.

Otra actuación ha sido la elaboración de un Plan de Comunicación y Posicionamiento que ha consistido en implementar un plan de comunicación en los principales destinos emisores

Y como última actuación, se ha creado un portal web turístico.

### **CONSORCIO DEL PACTO TERRITORIAL PARA LA CREACIÓN DE EMPLEO DE LA PLANA BAIXA**

Esta primera anualidad se ha centrado mayormente en el diseño de las actuaciones a desarrollar en los próximos ejercicios:

Diseño de la red de rutas y senderos “Sud de Castelló” para crear una red de senderos que conecten todos los municipios que integran el consorcio.

Estudio y recuperación de espacios naturales y patrimoniales, como por ejemplo el patrimonio bélico de la Batalla de Levante, potenciación del birdwatching, el patrimonio agrícola e hidráulico.

Diseño de un Plan Estratégico de Turismo “Sud de Castelló”.

Diseño y puesta en marcha de un plan de sensibilización y creación del club de producto turístico. Diseño de paquetes turísticos. Creación de un banco de material fotográfico y audiovisual. También se ha contratado una empresa para el desarrollo de un portal turístico campaña de marketing web y redes sociales.

Y por último Plan de Comunicación para el diseño y ejecución de un plan de medios.

### **ASSOCIACIÓ INTERMUNICIPAL DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ DE LA PLANA DE L'ARC**

En este primer ejercicio se ha comenzado con la elaboración de un Plan de Marketing, y un Plan de Sensibilización celebrando reuniones y en todos los pueblos con los empresarios para implicarlos e ilusionarlos, así como una jornada con el objetivo de reforzar la Plana de l'Arc como destino sostenible y destino “slow”. También se ha contratado una empresa para elaborar un manual de Club de Producto, priorizando el producto sostenible

En cuanto a las actuaciones de comunicación, promoción y marketing, se ha creado una marca de identidad corporativa que identifica a todos los pueblos de la asociación Plana de l'Arc.

Se ha diseñado y producido material de promoción (guías, planos, folletos, etc) con temática que abarca patrimonio, cultura, gastronomía, rutas, turismo activo, etc., material de merchandising, fotográfico. De igual modo, las redes sociales se han centrado en Facebook e Instagram, además de programas de radio y prensa.

Por último, en la actuación referida a sistemas de información no presencial, en esta primera fase se ha comenzado la ejecución de la web turística y creación de códigos QR.

### **ASSOCIACIÓ DE PROMOCIÓ TURÍSTICA TERRES DEL MAESTRAT, ÀNIMA INTERIOR**

La primera actuación ha sido un plan de Sensibilización, celebrándose jornadas y campañas de difusión en diferentes medios para informar de la implantación del PDGT y de las actuaciones a desarrollar.

Se ha contratado una empresa para la elaboración del Plan de Marketing Turístico, cuya primera acción ha sido la instalación de carteles de bienvenida en los accesos a cada municipio.

Soportes y herramientas de información: Se han instalado pantallas táctiles de información turística. Se ha implantado una app turística gamificada, en la línea de DTI. Otra acción ha sido el Motor de Reservas que facilitará al turista la gestión de sus reservas.

Comunicación, promoción y marketing que ha consistido en la edición de soportes de comunicación: *merchandising*, mapas, videos promocionales, banco de imágenes, etc.

Por último, el plan de medios de comunicación y redes sociales.

## PROVINCIA DE VALENCIA

### SAGUNT-CAMP DE MORVEDRE

Este año se ha ampliado la web de la Film Office, creada en otra anualidad. Otra acción la sido la denominada “Descubre el Camp de Morvedre” con la organización de diferentes rutas y visitas por la comarca.

Acciones de mejora e innovación de la Ermita de la Sangre: la ruta del Grial que ha tenido como objeto la potenciación de la misma, a la que está adherida el ayuntamiento de Sagunto.

Se han diseñado y editado folletos en varios idiomas para la promoción de la comarca.

Este año se ha puesto en marcha el Centro de interpretación de la Vía Verde de Ojos Negros, como punto de partida y de llegada para los que turistas que hacen esta ruta.

Se ha creado la Web Camp de Morvedre para la unificación de imagen y contenidos de la comarca.

Y, por último, dentro de las acciones de comunicación, promoción y ferias, solo se ha llevado a cabo una actuación de *merchandaising*, con la edición de gafas en 3D.

### MANCOMUNIDAD HOYA DE BUÑOL-CHIVA

Se han llevado a cabo 4 actuaciones dentro de las 3 grandes líneas de acción propuestas. La primera dedicada a las infraestructuras y equipamiento turístico, donde destaca un plan de señalética, por el que se ha dotado a los municipios de la mancomunidad de una App y señales inteligentes.

Dentro de la otra línea, promoción, marketing y comercialización, se han instalado señales de hito y dirección para poner en valor los recursos del lugar y establecer rutas e itinerarios en todos los municipios. También se les ha dotado de mesas de picnic y algunos puentes de redes de cuerdas para zonas recreativas.

Como última actuación, se ha contratado una empresa para la realización e implementación de un Plan Director Comarcal, así como la oficina técnica para llevar la gerencia del plan.

### MANCOMUNITAT DE MUNICIPIS LA COSTERA-CANAL

Diseño e implementación de la web de turismo La Costera-Canal para la divulgación del patrimonio cultural, paisajístico y gastronómico de la comarca, con su correspondiente App para dispositivos IOS y Android. Diseño de 6 rutas temáticas vinculadas al paisaje cultural de la mancomunidad

Se han llevado a cabo acciones de promoción y marketing turístico. Edición, diseño e impresión de folletos y trípticos, así como de apoyos gráficos y digitales de comunicación. Se ha mejorado la equipación de los stands de se utilizan para la difusión y promoción turística

En cuanto a la publicidad se han realizado publicaciones en prensa para difundir el PDGT, la web y redes sociales, radio, tv.

Diseño y creación de producto Turístico (Agroalimentario y Gastronómico). Diagnóstico integral por la implantación destino turístico inteligente.

Otra acción ha sido la redacción y diseño de una red de cicloturismo en la Mancomunidad de municipios La Costa – Canal, así como material divulgativo y promocional de la red comarcal de senderismo.

## MANCOMUNIDAD DEL INTERIOR TIERRA DEL VINO

En esta segunda anualidad se han desarrollado las herramientas necesarias para poder implementar el sistema de inteligencia turística en Tierra Bobal, que se desglosa en dos actuaciones: el diseño de herramientas de medición para la gobernanza de un DTI y la adquisición de dispositivos para recogida de datos.

Se ha creado la web Tierra Bobal y sus perfiles en las RRSS con diversos contenidos para promocionar y posicionar la oferta turística de la marca, con sus recursos, productos y experiencias.

En cuanto al Plan de Señalización, este año se ha priorizado la señalización de los diferentes municipios y aldeas que integran la marca, y que ha consistido en el diseño, producción, transporte e instalación de las señales. Otra actuación importante ha sido la ejecución y mantenimiento de senderos, creando nuevos y manteniendo los existentes.

Realización de un proyecto museológico y museográfico del Museo del Vino DO Utiel Requena Tierra Bobal,

## MANCOMUNIDAD DE LA CANAL DE NAVARRÉS

Esta segunda anualidad se ha centrado en la puesta en marcha de lo iniciado en la anterior:

Plan de Señalización que ha consistido en la instalación de un sistema de información y señalización inteligente mediante totems; la señalización del GR332 y la señalización vehicular de recursos turísticos.

Club de Producto. Se ha creado un club de producto que ha comprendido, entre otras acciones, el diseño del logotipo, soportes de comunicación, desarrollo de un plan de comunicación, formación y sensibilización a las empresas que forman parte del club.

Plan de Cicloturismo: adaptación y recuperación de rutas ya existentes, ejecución y creación de nuevas rutas MTB entre municipios que no tenían, y dos rutas familiares.

Plan de Marketing: creación de productos turísticos, así como acciones de comercialización y promoción de los mismos para promocionar el producto turístico, campañas de anuncios en redes sociales, campañas de comunicación mediante *bloggers*, revistas digitales, etc

Plan Destinos Inteligentes. Se ha desarrollado una herramienta para la mejor gestión de los servicios, como la gestión de los residuos, compra de entradas a través de la web, instalación de sensores para el control de flujo de personas y conteo de vehículos.

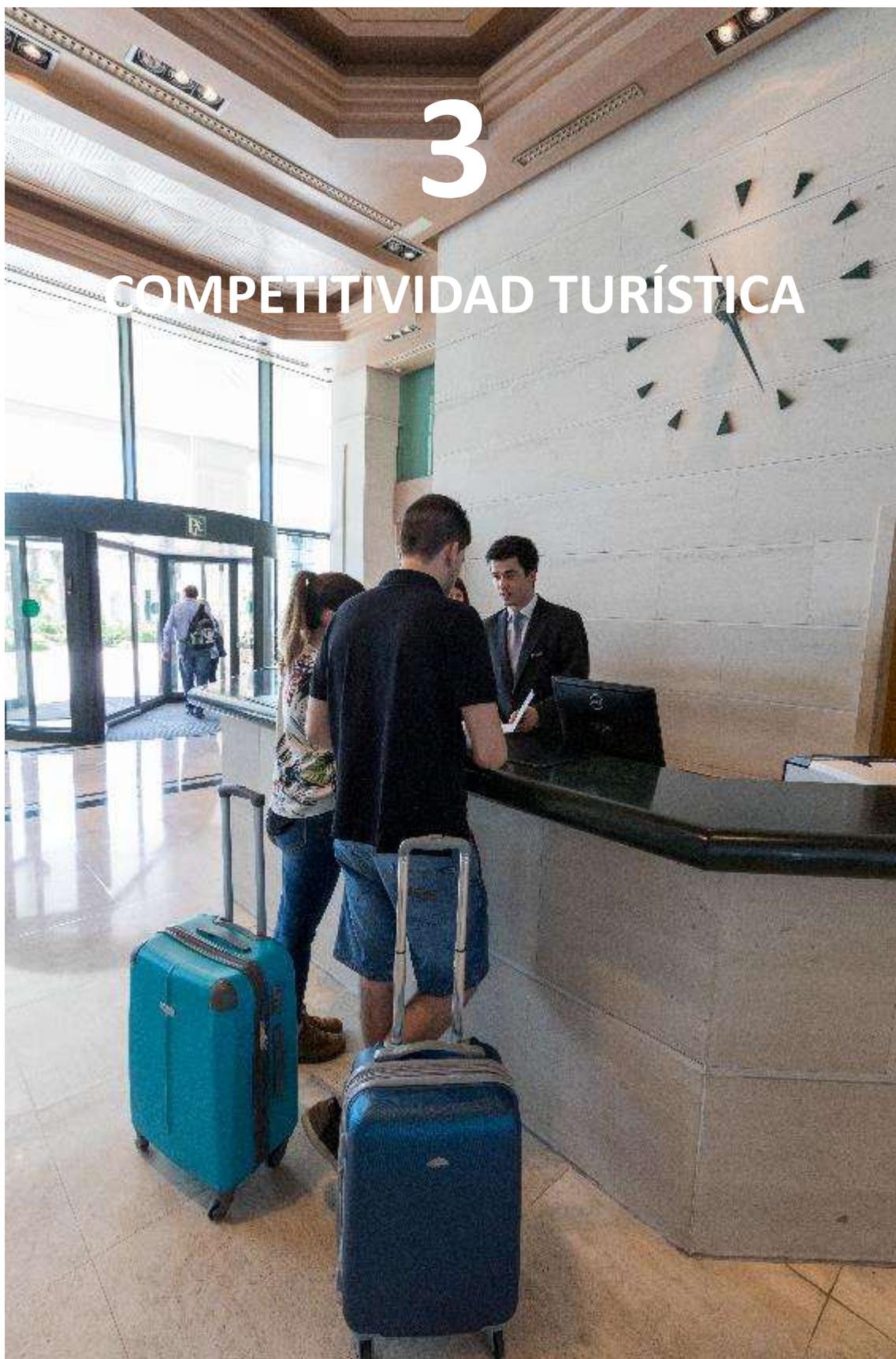
A continuación, se detalla el estado en que se encuentran los diferentes planes:

PLAN	ESTADO
Consorcio para el Desarrollo Económico de la Vega Baja-CONVEGA-	Primera anualidad
Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca	Renuncia
Asociación Intermunicipal Catí, Culla, Benassal y Ares del Maestrat	Primera anualidad
Mancomunidad Intermunicipal del Alto Palancia	Primera anualidad
Mancomunitat Comarcal Els Ports	Primera anualidad
Mancomunidad Espadán-Mijares	Primera anualidad
Asociación Intermunicipal de Municipios de Penyagolosa	Segunda anualidad
Consorcio del Pacto Territorial para la Creación de Empleo de la Plana Baixa	Primera anualidad
Associació Intermunicipal de Dinamització i Promoció de la Plana de l'Arc	Primera anualidad
Associació de Promoció Turística Terres del Maestrat, Ànima Interior	Primera anualidad
Ayuntamiento de Sagunto-Camp de Morvedre	Primera anualidad
Mancomunidad Hoya de Buñol-Chiva	Primera anualidad
Mancomunitat de Municipis La Costera-Canal	Primera anualidad
Mancomunidad del Interior Tierra del Vino	Segunda anualidad
Mancomunitat de la Canal de Navarrés	Segunda anualidad
Mancomunitat del Carraixet	Renuncia
Mancomunitat Camp de Turia	Renuncia
Mancomunitat de Municipis de la Safor	Renuncia

En este año debido a las renuncias producidas como consecuencia del COVID-19, ningún Plan de los que hubieran concluido, ha finalizado su anualidad. Han solicitado su prorroga.

# 3

## COMPETITIVIDAD TURÍSTICA



### 3.1. ACCETUR: ITINERARIOS DE EMPRENDIMIENTO Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA



**TURISME EMPRÉN CV**

**ReCoRe**

Apoyo al emprendimiento turístico de la Comunitat Valenciana




**ReCoRe**

**TURISME EMPRÉN CV**

**Redefinición de estrategias, Revalidación para la viabilidad, Consolidación e impulso de empresas jóvenes y proyectos empresariales turísticos**

MÓDULO	ESPECIALIZACIÓN	TEMÁTICA
1	INNOVACIÓN PARA LA EMPRESA TURÍSTICA JOVEN: ¿CÓMO REDEFINIR LAS ESTRATEGIAS PARA SOBREVIVIR A LA CRISIS TURÍSTICA?	INNOVACIÓN REDEFINICIÓN
2	REVALIDACIÓN DE LA VIABILIDAD CON METODOLOGÍAS ÁGILES PARA LA RECUPERACIÓN DE LA CRISIS COVID-19	REVALIDACIÓN PARA LA VIABILIDAD POST CRISIS COVID19
3	PROFUNDIZAR EN LAS TÉCNICAS DE GROWTH HACKING E INBOUND MARKETING PARA OBTENER NUEVOS RESULTADOS PARA REFLOTAR EL NEGOCIO TURÍSTICO	MARKETING DE REFLOTE DEL NEGOCIO
4	NUEVOS MÉTODOS DE VENTA: BLOCKCHAIN	IN-VENTA

Accetur

Turisme Comunitat Valenciana impulsó y coordinó en 2020 una nueva edición del programa Accetur 'online' adaptada al nuevo turismo tras la COVID-19. Algunos programas cambiaron tanto sus objetivos, como sus contenidos, así como el nombre del programa, adaptándose a las actuales circunstancias para responder a las necesidades de las empresas en el nuevo contexto, vinculado al impacto de la pandemia

En 2020 Accetur ha ofrecido formación, asesoramiento y consultoría empresarial personalizada a personal trabajador autónomo y pequeño en colaboración con las Cámaras de Comercio de Castellón, Alicante y Valencia.

Desde Turisme CV se han adecuando los diferentes programas de trabajo y se ha impulsado un plan de contingencia, que reorienta los itinerarios de emprendimiento y competitividad turística para responder a las necesidades empresariales más inmediatas de pymes y micropymes, y los refuerza con acciones 'online' de apoyo directo y gratuito al tejido empresarial.

Dentro de las estrategias de fortalecimiento del tejido empresarial, a través de Accetur – *Accelerador Empresarial i de l'Accés dels Emprenedors al Mercat del Turisme*- Turisme Comunitat Valenciana ofreció en 2020 itinerarios de capacitación y servicios directos a emprendedores, emprendedoras y pymes turísticas para el desarrollo de proyectos empresariales, nuevas líneas de negocio y acciones de mejora competitiva.

Los itinerarios se han gestionado desde la Unidad de Desarrollo Turístico –Servicio de Planificación y Estrategia Turística- y se estructuran en tres programas: “Difusión y cualificación”, “Creación e impulso de empresas” y “Avanza Pyme”, que incluyen tanto acciones directas como en colaboración con entidades de promoción económica y asociaciones sectoriales de la Comunitat Valenciana, en términos de gobernanza colaborativa y optimización de recursos.

Por otra parte, en 2020 se ha consolidado la colaboración con el Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana con la 4ª edición de *Avanza Pyme*-desarrollado dentro del *Programa de Competitividad Turística de Cámara España – FEDER-*, en virtud del convenio de colaboración suscrito para el desarrollo, entre otros fines, del emprendimiento y la competitividad turística, apostando por la especialización de servicios, como las jornadas de competitividad para la empresa de turismo gastronómico, y por la puesta en marcha de nuevos formatos.

En términos globales, los resultados de actividad del conjunto de programas de Accetur han sido los siguientes:

<b>JORNADAS Y TALLERES DE EMPRENDIMIENTO Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA 2020</b>	<b>21</b>
Nº Ediciones PROGRAMAS/CURSOS	8
Sedes (Castellón, València, Gandia, Dénia, Alicante, Alcoy, Orihuela y Torrevieja)	11
Nº participantes (emprendedores, profesionales y empresas)	1.163
Nº horas de formación grupal	650
<b>PROGRAMAS DE DESARROLLO DE PROYECTOS EMPRENDEDORES, TUTORÍAS, PLANES DE EMPRESA Y DIAGNÓSTICOS DE COMPETITIVIDAD 2020.</b>	<b>10</b>
Nº de proyectos apoyados	180
Nº de horas de capacitación individual impartidas	2.800

### 3.1.1. Programa ACCETUR: Información y orientación a emprendedores y empresas

En 2020 se han producido elementos de imagen (rollers), soportes informativos (programas) y material online para la difusión de actividades Accetur 2020, en base al manual de aplicación de marca del programa. Desde la Sede Central de Turisme CV, CdT's, Invat-tur y Cámaras de Comercio se ha dado difusión a estos soportes en zonas de recepción, jornadas informativas, encuentros profesionales y a través de canales web y redes sociales, ofreciendo a los usuarios atención presencial, telefónica y a través del mail [accetur\\_turisme@gva.es](mailto:accetur_turisme@gva.es).

Para llegar mejor al público objetivo, se han difundido las convocatorias a través de listas de email, oficinas Tourist Info, directorios empresariales, entidades del Ecosistema Emprendedor CV y ADLs. Hay que señalar que se ha ampliado sustancialmente el impacto de la comunicación gracias al canal online "Turisme CV Magazine", Facebook y Twitter, con publicaciones en la sección de agenda, así como distintos artículos temáticos en el blog y sección de noticias.

**Actividad 1. "Accetur Avanza Pyme". Diagnósticos a pymes turísticas. Diagnósticos individualizados y planes de mejora a empresas sobre aspectos clave de competitividad empresarial turística.**

### 3.1.2. Programa Competitividad Turística

Dirigido a Pymes y Autónomos del sector turístico con domicilio social y/o centro productivo en alguno de los municipios de las provincias/demarcaciones de Alicante, Castellón y Valencia que cumplan los requisitos exigidos en la convocatoria. Consiste en la realización de un diagnóstico individualizado a las empresas turísticas sobre diferentes aspectos y sus posibilidades de mejora.

En 2020 han accedido a este programa 70 autónomos, autónomas y pymes turísticas: 15 en la provincia de Alicante, 10 en Castellón y 45 en València.

El Programa se materializa a través de las siguientes actuaciones llevadas a cabo por las Cámaras de Comercio:

En 2020 se convocó la 4ª edición de Avanza Pyme en colaboración con el Consejo de Cámaras CV dentro del programa de Cámara España, como se ha dicho. A través de esta iniciativa, se ofrecen servicios sin coste a autónomos, autónomas y pymes para mejorar su competitividad, cofinanciados al 100% (50% Turisme CV y el resto a través de fondos Cámara España-FEDER), con la oportunidad además de participar en la Fase II del programa para la implantar soluciones tecnológicas y de innovación cofinanciadas al 50% por Cámara España-FEDER (una cuantía máxima de ayuda por empresa de 3.500€ sin IVA).

El programa se concreta en la realización de diagnósticos individuales de competitividad a las empresas y en la elaboración de estudios a medida con soluciones de mejora de su situación competitiva.

Se trata de ayudar a las pymes a definir e implantar mejoras, así como a detectar oportunidades de innovación, modernización de en la producción de servicios o de negocio turístico que redunden en su posicionamiento, frente a las exigencias del mercado turístico de hoy.

El programa se gestiona a través de convocatorias públicas realizadas por cada Cámara en su provincia. Pueden participar pymes, autónomos y autónomas del sector turístico de la Comunitat Valenciana que se encuentren de alta en los Registros oficiales de Turisme CV o en el Censo del IAE, en los sectores de actividad que se especifican según las bases de Cámara España y el programa FEDER.

### **Actividad 2. Acciones de capacitación y acompañamiento a emprendedores o jóvenes empresas turísticas para la planificación empresarial, desarrollo de negocios turísticos y realización de planes de empresa.**

- Crea Pyme. Sustituido por Curso Taller **REACTUR**
- Turisme Emprén CV. Sustituido por Programa **RECORE**

#### **3.1.3. Turisme Emprén. Validación del modelo de negocio**

Turisme Emprén, programa engranado en los itinerarios de emprendimiento y competitividad Accetur, dando continuidad así a la labor de apoyo a proyectos empresariales, está dirigido a emprendedores y emprendedoras que cuentan con un proyecto en turismo y a empresas de reciente creación o que quieren abrir nuevas líneas de negocio. A través de un plan de trabajo de 160 horas, los participantes reciben asesoramiento y capacitación para desarrollar competencias y habilidades como emprendedores turísticos, así como tutorización individual y grupal, a cargo de expertos en áreas clave de la empresa, para validar la viabilidad de sus modelos de negocio turístico.

Dada la situación sanitaria y laboral provocada por el COVID19, en 2020 se modificó el planteamiento original del programa Turisme Emprén CV, reconvirtiéndolo y reformulando los objetivos, enfocándolos a cómo afrontar la situación en las empresas de los participantes, tanto desde el punto de vista del propio diseño del negocio y su modelo, como de las técnicas más eficaces para conseguir realizar ventas. Impartiendo todo el programa y apoyo de asesoramiento y capacitación personalizado en formato online.

Así pues, el nuevo programa diseñado se denominó ReCoRe, Redefinición de estrategias, Revalidación para la viabilidad, Consolidación e impulso de empresas jóvenes y proyectos empresariales turísticos.

Formato de 44 horas de formación grupal online, 116 horas para hacer tutorías individuales, que completan las 160 horas totales del programa. Incluye también 6 webinars temáticos.

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

**Programa formativo:** El programa **ReCoRe**, se inició el 8 de mayo y finalizó el 5 de junio 2020. Para después dejar todo el año hasta diciembre para tutorías individuales.

MÓDULOS IMPARTIDOS:

- CREATIVIDAD E INNOVACIÓN.
- REVALIDACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO.
- INBOUND MARKETING.
- MÓDULO SOBRE VENTAS.

Los 53 proyectos participantes se distribuyeron en 5 grupos, de forma que cada día de la semana cada grupo recibió la formación de un módulo, de los cuatro que componen el programa:

**6 Webinars temáticos de 2 horas:** Las sesiones de tutoría, se realizaron algunas, de manera simultánea con las sesiones grupales y las individuales. Las temáticas de las tutorías, versaron sobre los módulos impartidos en el programa y su aplicación a las empresas o proyectos empresariales participantes.

En cuanto al perfil de los emprendedores, el 74% de los participantes en 2020 fueron titulados universitarios y el 31% han cursado relacionados con turismo; por otra parte, el 84% de los asistentes participaron por primera vez en un programa de emprendimiento, el 9% están adheridos al programa CreaTurisme y el 42% tenía ya experiencia laboral directa en el sector turístico.

- “Nuevas tendencias en los turistas. Los tiempos que vienen”.
- “Facebook Ads e Instagram Business”
- “Adaptación del modelo de negocio: las 8P’s”. 2 ediciones.
- “Neuroventas: Vénde a la mente, no a la gente”. 2 ediciones.



**Curso taller REACTUR y tutorías abiertas:** Atendiendo a los máximos del convenio, 3 cursos de REACTUR, cada uno de los curso-taller ha contado con 15 empresas / alumnos en cada provincia (24 horas sesiones On-Line + 135 horas tutorías de acompañamiento y seguimiento individualizado), lo que ha dado un total de 159 horas por curso y 45 participantes.

Este programa ha ayudado a las empresas a obtener los conocimientos clave para implementar los cambios necesarios en su modelo de negocio con el fin de lograr su adaptación a las nuevas necesidades operativas que se presentan.

El objetivo del Plan de Reactivación ha sido identificar la situación actual de las diferentes áreas del negocio e incorporar un plan de viabilidad que los ha llevado al desarrollo de un nuevo modelo empresarial que ponía el foco en aquellas áreas que generan mayor liquidez dejando a un lado las menos rentables.

El desarrollo de los planes de viabilidad de las empresas se ha implementado en todas las áreas de negocio, incidiendo principalmente en las áreas de gestión empresarial, marketing, internacionalización e Innovación, de forma que, de manera combinada, conjunta y/o alternativamente.

Se ha dirigido principalmente a propietarios, gerentes y responsables de área de pymes y microempresas, que deseaban mejorar la rentabilidad de su empresa o evaluar otras alternativas de expansión.

Cada acción formativa se ha desarrollado a través de dos fases que se han realizado en paralelo facilitando el proceso de aprendizaje-implementación individualizada.

### 1. Sesiones conjuntas de formación On-Line. (4 horas por Módulo).

2. **Acciones de acompañamiento y seguimiento individualizados** con los especialistas de las distintas materias, también a través de la misma plataforma, que acompañarán y orientarán sobre aquellos temas específicos a cada situación particular de los participantes. (1,5 Horas por participante y Módulo).

#### Programa formativo:

- **Módulo 1.** Análisis y establecimiento de los posibles escenarios de mercado tras la reanudación de la actividad. Análisis estratégico post COVID 19 para las actividades clave del sector.
- **Módulo 2.** Análisis de la situación económico- financiera de la empresa. Necesidades de financiación.
- **Módulo 3.** Innovación, Transformación Digital y Gestión de la Comunicación, motores de desarrollo de negocio.
- **Módulo 4.** Protocolos Sanitarios. Desarrollo Sostenible y Responsabilidad Social Corporativa en el Sector Turístico.
- **Módulo 5.** Marco regulatorio en el ámbito de las relaciones laborales. Organización y Personas
- **Módulo 6.** Propuesta y elaboración del Plan de Reactivación con medidas concretas a implantar, plazos de ejecución y necesidades de recursos e inversión.

**Calendario:** 6 semanas de duración (ON LINE) desde el 10 de junio al 17 de julio 2020

Formación Grupal: 12 sesiones de 2 horas de duración.

Tutorías (ON LINE): 1,5 horas de Tutoría por participante y Modulo. En estas tutorías, se han desarrollado actuaciones de seguimiento individualizado en los que se han implementado los contenidos generales abordados a las sesiones conjuntas de formación.

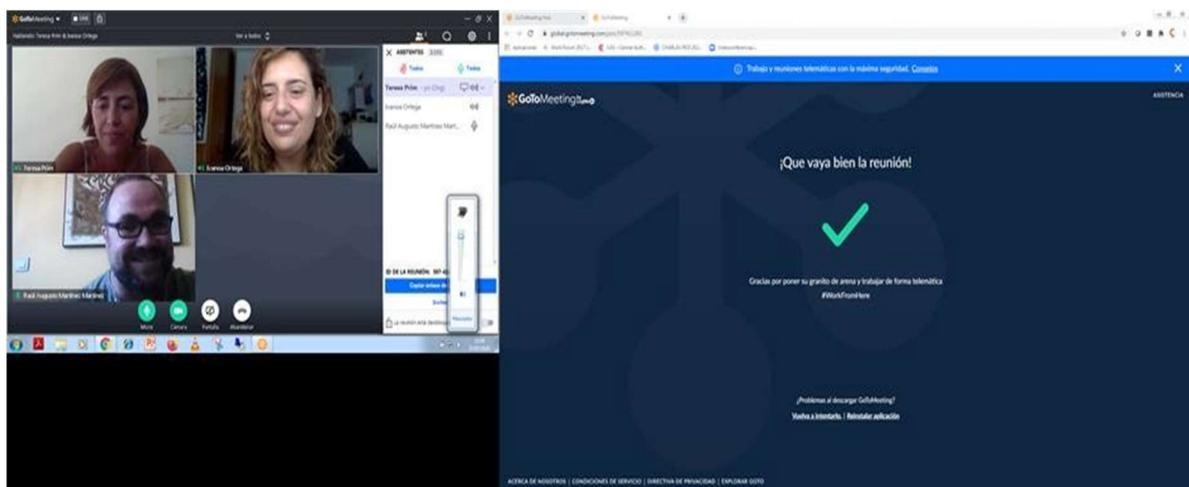
	NÚMERO CURSOS	LUGAR IMPARTICIÓN	FECHAS REALIZACIÓN	NÚMERO PARTICIPANTES (PAX) FORMADOS
Cámara Alicante	1	ONLINE	Del 10-06-2020 al 17-07-2020	15
Cámara Castellón	1	ONLINE	Del 10-06-2020 al 17-07-2020	15
Cámara Valencia	1	ONLINE	Del 08-06-2020 al 17-07-2020	15
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>			<b>45</b>

**Tutorías abiertas REACTUR:** Se han ofrecido servicios de atención personalizada para propietarios, gerentes, autónomos, emprendedores y responsables de área de pymes y microempresas turísticas, que desean mejorar la rentabilidad de su empresa o evaluar otras alternativas de expansión.

Áreas de consulta:

- Marketing empresarial turístico y social media
- Gestión de empresas turísticas: atención al cliente, gestión del personal, del producto, etc.
- Gestión económica, fiscal y financiera.

**Tutorías abiertas:** Los itinerarios de Accetur se han completado con este nuevo programa-también en colaboración con el Consejo de Cámaras CV-, que ha permitido ofrecer asistencia técnica y formación a medida a 38 autónomos, pymes y emprendedores y emprendedoras turísticas, mediante tutorías personalizadas on line, con especialistas en distintas materias: 6 tutorías en Alicante, 6 en Castellón, y 7 en València. Se ha asesorado sobre apertura de nuevas líneas de negocio, o viabilidad sobre nuevas aperturas.



A través de un sistema de cita previa, de junio a noviembre de 2020 se ofreció el servicio para ayudar a las empresas y emprendedores y emprendedoras a realizar su itinerario de desarrollo dentro de Accetur, así como para completar información y formación en materias puntuales de las siguientes áreas: 1- marketing empresarial turístico y social media; 2- gestión de empresas turísticas, gestión de personal, de la producción, etc.; 3- gestión económica, fiscal y financiera.

### **Actividad 3. Acciones de capacitación y sensibilización para mejora de la competitividad y la innovación empresarial turística para pymes y autónomos del sector.**

Turisme CV y el Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana pusieron en marcha en 2020 nuevas Jornadas Empresariales y Talleres online de competitividad turística para pequeños negocios del sector gastro turístico. La finalidad es capacitar a emprendedores y pymes en áreas estratégicas de gestión de los negocios, hacia la mejora competitiva a través de la adaptación a los cambios que afectan actualmente al sector. Todas las acciones de esta actividad, por motivos de la pandemia, se han programado de forma virtual, llegando así a todos los rincones de la Comunitat Valenciana, y a todas las empresas a lo largo del territorio. Han contado con la participación de profesionales de relevancia, reconocidos casos de éxito y especialistas en las últimas tendencias sectoriales y de mercado turístico.

**Talleres y jornadas L'Exquisit Mediterrani:** En 2020, el programa se ha centrado en cualificar a las empresas para la creación de propuestas de valor dirigidas al mercado local y nacional, la aplicación y cumplimiento de medidas sanitarias, la innovación o el fomento de la colaboración entre agentes productores y turísticos de los territorios, para la generación de servicios complementarios y cohesión de la oferta.

#### **Talleres:**

- **CÁMARA DE ALICANTE – 3 TALLERES** para remontar producto enogastroturístico.  
27-29 de abril: “5 Retos para remontar producto eno-gastroturístico”.  
Dinamizar el grupo de trabajo de enoturismo.  
26-29 de mayo: “Gastroturismo I: nuevas acciones para nuevos escenarios”.  
1-4 de junio: “Gastroturismo II: nuevas acciones para nuevos escenarios”.
- **CÁMARA DE CASTELLÓN – 2 TALLERES** para remontar producto eno gastroturístico.  
26-29 de mayo: “Gastroturismo I: nuevas acciones para nuevos escenarios”.  
1-4 de junio: “Gastroturismo II: nuevas acciones para nuevos escenarios”.
- **CÁMARA DE VALENCIA – 3 TALLERES** para remontar producto eno gastroturístico.  
27-29 de abril: “5 Retos para remontar producto eno-gastroturístico”. Dinamizar el grupo de trabajo de pescaturismo.  
26-29 de mayo: “Gastroturismo I: nuevas acciones para nuevos escenarios”.  
1-4 de junio: “Gastroturismo II: nuevas acciones para nuevos escenarios”.

**Jornadas dentro del Congreso Mediterránea Gastrónoma:** Organizado por Turisme Comunitat Valenciana en el marco de la Red GastroTurística CV – L’Exquisit Mediterrani, en colaboración con el Consejo de Cámaras y agentes turísticos y gastronómico adheridos: ponencias, presentaciones de productos y destinos turísticos gastronómicos, proyectos innovadores, mesas redondas, enoturismo, oleoturismo y paneles de experiencias para conocer y debatir.

Jornadas dedicadas a la competitividad empresarial, con tres videoconferencias sobre modelos de negocio gastronómicos innovadores y referentes de posicionamiento turístico:

- **CÁMARA DE ALICANTE – JORNADA COMPETITIVIDAD:** “OLEOTURISMO, producto y desarrollo turístico territorial”

9 de noviembre 2020 de 13:30-14:30h

Celebrada en el marco del Congreso Mediterránea Gastrónoma, centro de eventos de Feria Valencia. Conferencia: “OLEOTURISMO, producto y desarrollo turístico territorial” a cargo de JOSÉ A. JIMÉNEZ, director de proyectos oleo turísticos. Almazara Turístico Oleícola San Francisco

- **CÁMARA DE CASTELLÓN – JORNADA COMPETITIVIDAD:** “ENOTURISMO, estrategia de posicionamiento”

9 de noviembre 2020 de 11:30-12:30h

Celebrada en el marco del Congreso Mediterránea Gastrónoma, centro de eventos de Feria Valencia. Conferencia: “ENOTURISMO, estrategia de posicionamiento” a cargo de JOSÉ FERRER, CR Vinos de Jerez y Manzanilla de Sanlúcar. Embajador CRVJ.

- **CÁMARA DE VALENCIA – JORNADA COMPETITIVIDAD:** “RESTAURACIÓN, nuevos valores empresariales”.

9 de noviembre 2020 de 10:30-11:30h

Celebrada en el marco del Congreso Mediterránea Gastrónoma, centro de eventos de Feria Valencia. Conferencia: “RESTAURACIÓN, nuevos valores empresariales” a cargo de FELIPE TURELL, CEO Y Cofundador de MO de Movimiento (Madrid).



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

- **CÁMARA DE ALCOY – JORNADA COMPETITIVIDAD:** "Essències. Som terra i vincles". Oleoturisme

17 de noviembre 2020 de 17:00 – 19:00h

Se dió a conocer el proyecto, impulsado desde GAL Rural Muntanya d’Alacant, GAL Sur de Alicante ASIR, GALP La Marina y Olis de Diània, para promover la economía social en el medio rural.

- **CÁMARA DE ALICANTE JORNADA COMPETITIVIDAD:**"Essències. Som terra i vincles".  
Productos del Camp d'Elx

24 de noviembre 2020 de 17:00 – 19:00h

Se fomentó la interacción entre los productores y agentes turísticos y gastronómicos locales y mejorar el conocimiento y consumo de los aceites y productos autóctonos del territorio por parte de la hostelería y el comercio.

- **CÁMARA DE ORIHUELA–JORNADA COMPETITIVIDAD:**"Essències. Som terra i vincles".  
Gastronomía y productos autóctonos de la Vega Baja.

1 de diciembre de 17:00 – 19:00h

Se profundizó y puesto en valor los productos autóctonos, sus derivados y subproductos, reflexionando sobre cómo los restaurantes gastronómicos pueden diseñar y desarrollar productos/experiencias y establecer estrategias adecuadas para satisfacer y superar las expectativas de las diferentes tipologías de turistas, a través de la innovación y la excelencia gastro turística.



**Curso-taller eno-gastroturismo: Nuevos tiempos, nuevas formas de venta online. A través de la plataforma online de la Red CdT dentro del ciclo "Volver mejores":**

#### PROGRAMA

Turisme en colaboración con las Cámaras de València, Castellón y Alicante, del 19 de noviembre al 11 de diciembre ha tenido lugar el curso-taller "Eno-gastroturismo. Nuevos tiempos, nuevas formas de venta online", 5 seminarios y un taller práctico. La actividad se ha realizado a través de la plataforma online de la Red CdT dentro del ciclo "Volver mejores".

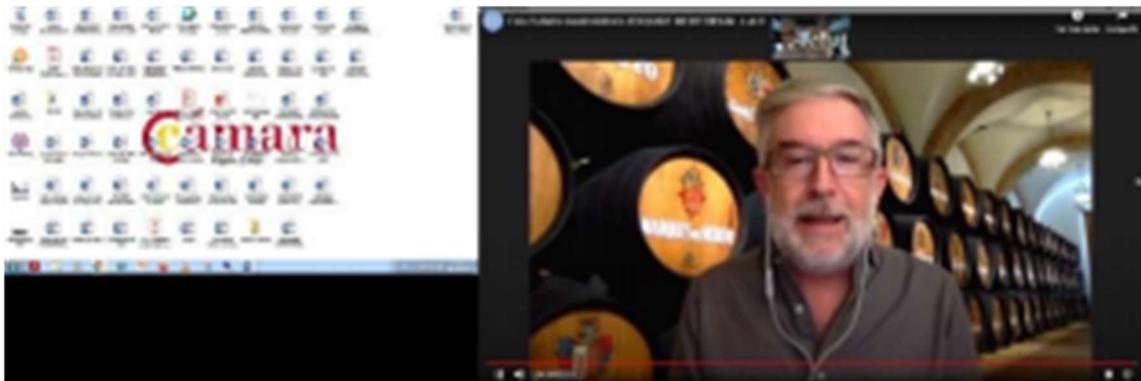
## SEMINARIOS Y TALLERES ONLINE

Incentivar la búsqueda de soluciones innovadoras, en función de las capacidades empresariales propias. Los negocios turísticos aprenderán a utilizar sus redes sociales, mensajería privada y herramientas gratuitas para vender online y deslocalizar las ventas físicas sin recurrir a plataformas y evitar intermediarios y comisiones. Formación online en tiempo real y taller práctico sobre herramientas con un sistema sencillo y pasos a seguir, basado en ejemplos prácticos de cómo ya lo están implementando negocios similares en el ámbito nacional y mundial.

- **CÁMARA DE CASTELLÓN** Cámara de Castellón - Talleres producto eno-gastroturístico:

2 junio 2020

JORNADA GASTRONOMA. 9 de noviembre de 2020



## 3.2. EXCELENCIA Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

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

Las actuaciones realizadas a lo largo de 2020 se concretaron principalmente en los siguientes subprogramas:

- SICTED- Calidad Integral en Destinos Turísticos
- Qualitur Club – Impulso a la certificación de modelos de excelencia
- Fomento de la sostenibilidad en el turismo de a Comunitat Valenciana

### 3.2.1. SICTED – Calidad Integral en Destinos Turísticos



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

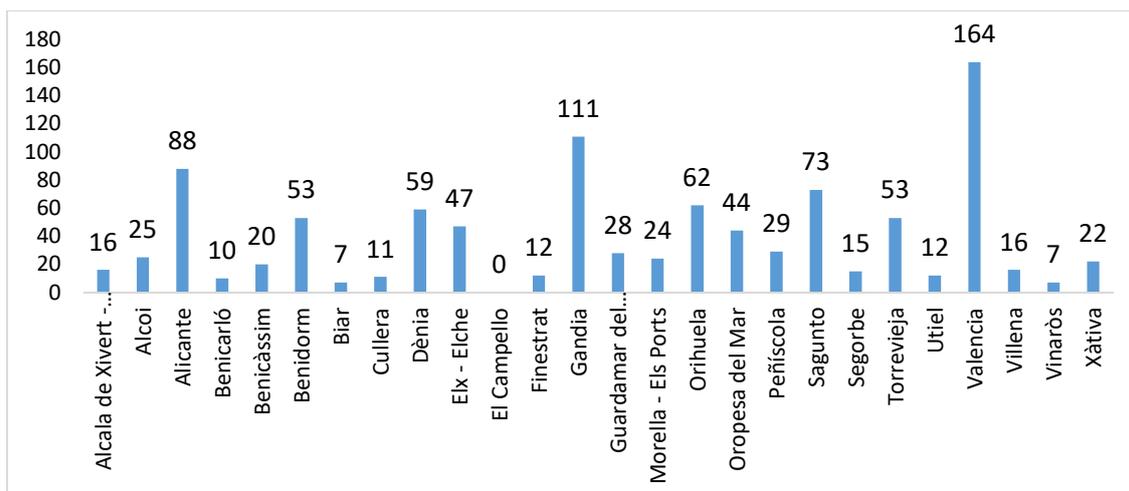
El proyecto se basa principalmente en la buena gobernanza y en la colaboración, tanto interadministrativa (con participación de las tres administraciones: nacional, autonómica y local) como público-privada.

El SICTED se empezó a implantar en seis destinos de la CV en 2012 a partir del convenio marco con la Secretaría de estado de turismo, por el cual cedía la metodología para su implantación en el territorio. Tras ocho años de implantación el SICTED es una metodología cohesionada y consolidada en el territorio, tal y como reflejan las cifras en el cierre del ejercicio 2020: 30 destinos adheridos que aglutinan un total de 1008 servicios turísticos distinguidos y que posiciona a la CV en el segundo nivel en el ranking nacional después de Andalucía (tanto en destinos como en distinguidos), todo ello, a pesar de la grave crisis sanitaria vivida entorno a SARS-CoV-2 (COVID19).

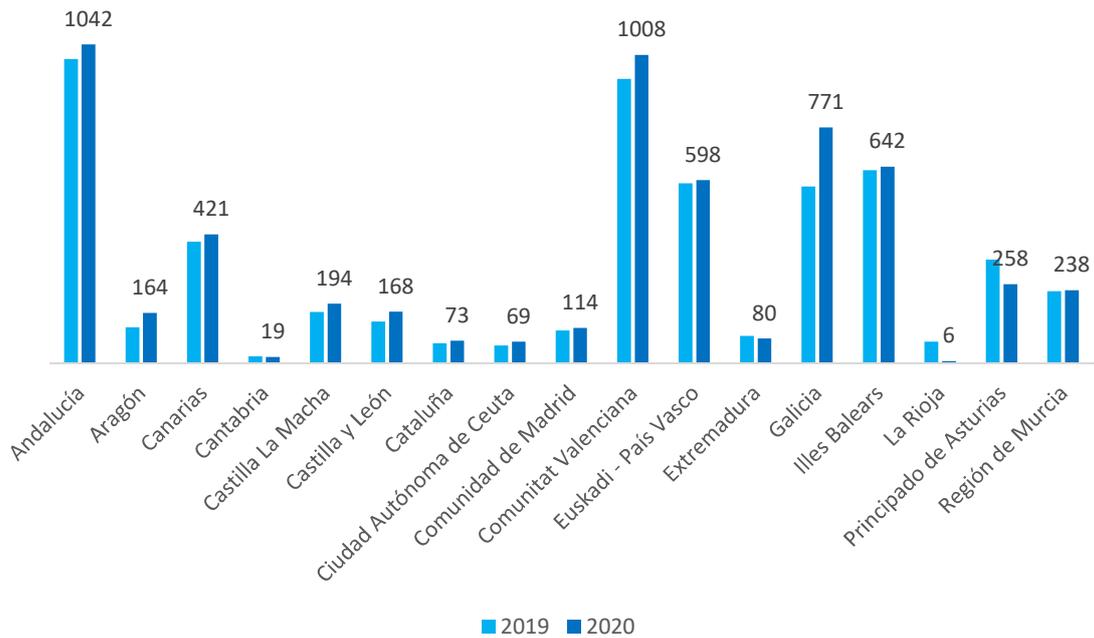
En 2020 firmaron el protocolo de adhesión El Campello, Calp y La Canal de Navarrés y se sumaron a los 27 destinos que estaban participando, posicionando a la CV detrás de Andalucía respecto a este indicados. Provincialmente destaca la provincia de Alicante, con 14 destinos, seguida de la provincia de Castellón (8) y de la de Valencia (7).

Atendiendo al número de distinguidos, los 27 destinos aglutinaron un total de 1008 con este galardón, siendo del destino Valencia el que sobresale con un total de 164.

Distribución del número de distinguidos por destinos SICTED CV



Incremento del nº de distinguidos por comunidades autónomas 2019-2020



La participación de la oferta básica, sigue siendo la que mayor porcentaje representa atendiendo a las distinciones por subsectores, destacando los hoteles y bloques de apartamentos (20% del total de la CV), restaurantes y empresas de catering (13%) y comercios (9%), tendencia similar a la mostrada a nivel nacional.

Para alcanzar estas cifras, Turisme, viene desarrollando una serie de actuaciones en distintos planos en el marco del SICTED, dirigidas a asesorar a los diferentes agentes que participan, defender los intereses de los destinos turísticos de la CV en un ámbito nacional y/o difundir la marca Compromiso Calidad Turística. Las actuaciones realizadas a lo largo de 2020 se centraron en mantener y apoyar al sector por lo que, por una parte, se adaptaron soportes y tiempos a las necesidades de los usuarios y, por otras, se activaron nuevas actuaciones centradas en la prevención higiénico sanitaria.

Las actuaciones que generalmente se realizan con carácter anual en el marco del proyecto son: Difusión del proyecto y asesoramiento técnico continuo a los destinos, coordinación en la formación, asistencia técnica y evaluaciones de los servicios turísticos a través del convenio con el Consejo de cámaras de comercio, representación de los intereses de la CV en los grupos de trabajo nacionales (Comité Interdestinos y Grupo de Trabajo Calidad Turística), garantizar la objetividad de y rigurosidad de los distintivos y aportar iniciativas mediante las vocalías en las mesas de calidad de cada uno de los destinos y promoción de la marca Compromiso Calidad Turística.

A lo largo de 2020, además de las actuaciones metodológicas, cabe señalar las actuaciones desarrolladas en el marco de la crisis sanitaria y que han permitido flexibilizar la implantación y garantizar su continuidad:

Pilotaje de asesoramiento técnico online: liderazgo del pilotaje nacional del asesoramiento online centrado en el sistema documental del sistema de gestión, en coordinación con la secretaria de estado de turismo.

Adaptación de las actuaciones online: coordinación y procedimentación de la formación y las evaluaciones en soporte online manteniendo las garantías oportunas.

Cobertura de gestores SICTED: En momentos puntuales desde la coordinación del SICTEDCV de Turisme CV se cubrió la baja del gestor principal de determinados destinos en sus funciones, especialmente en los comités de distinción extraordinarios COVID-19 o mesas de calidad a diferentes gestores SICTED.

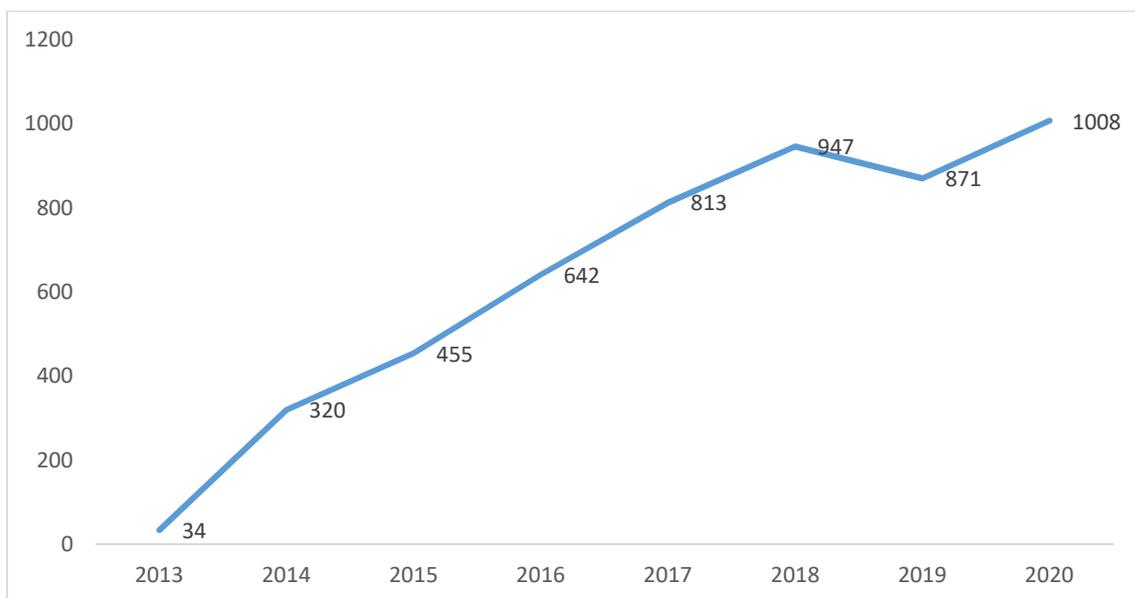
Elaboración del Manual de BBPP para Viviendas de uso turístico: Entre las principales iniciativas impulsadas por Turisme CV en el marco del proyecto destaca la elaboración del Manual de BBPP específico para Viviendas de Uso Turístico, y la participación en el grupo de trabajo creado por la Secretaría d estado de Turismo, el cual se publicó a finales de año y cuyo pilotaje se realizará durante 2021.

Webinars específicas COVID-19: Dirigidas a más de 1000 beneficiarios para dar a conocer las recomendaciones exigibles para conseguir el sello “Preparado para COVID” de la Secretaría de Estado de Turismo.

Apoyo en los Comités Extraordinarios COVID-19: En 2020 y como respuesta a la pandemia del COVID-19 la Secretaría de Estado de Turismo creó el distintivo ‘Preparado para COVID’ que los servicios SICTED adheridos o distinguidos podían obtener. La CV se presentó a 3 comités durante 2020, realizando un total de 498 evaluaciones a partir de las cuales 427 empresas obtuvieron el distintivo.

Generar sinergias con otros proyectos de Turisme CV: En 2020 Turisme CV publicó el Manual de Recomendaciones de ODS para los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana. Partiendo de este manual como marco de referencia, durante 2020 se realizó el Análisis de Implantación de Medidas frente a los ODS en los 28 destinos SICTED de la Comunitat Valenciana. Adicionalmente estos destinos participaron en la elaboración del documento “Manual para la adaptación al cambio climático” elaborado por Invattur y publicado en 2021.

Evolución del número de entidades distinguidas de la CV



### 3.1.2. QUALITUR CLUB- Impulso a la certificación de modelos de excelencia



Qualitur es el distintivo propiedad de Turisme CV que se otorga a los servicios turísticos de la Comunitat Valenciana que así lo solicitan por el esfuerzo que realizan en pro de la excelencia.

Al colectivo de empresas y entidades turísticas de la Comunitat Valenciana que disponen de algún certificado en vigor en gestión de calidad, gestión ambiental y/o accesibilidad.

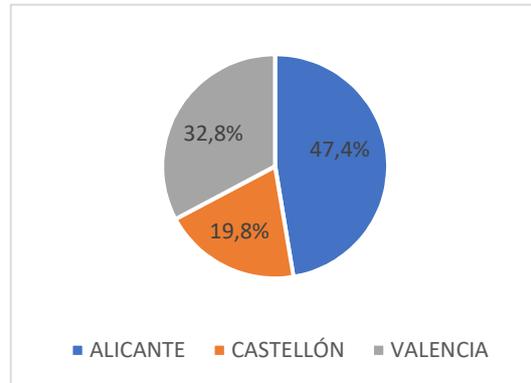
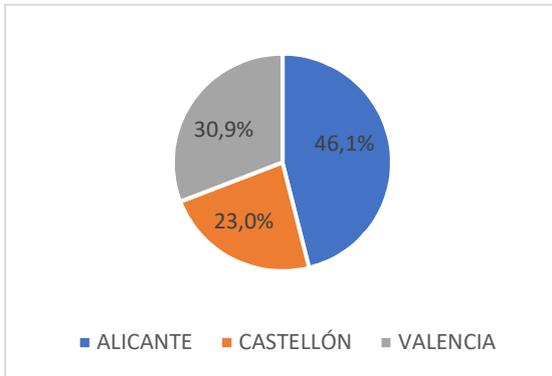
Turisme CV actualmente reconoce los siguientes modelos:

- En gestión de la calidad: Norma internacional ISO 9001 y normas asociadas a la marca Q Calidad Turística del ICTE.
- En gestión ambiental: Norma Internacional ISO 14001, Reglamento europeo EMAS, Marca Ecolabel y la marca Parcs Naturals (de carácter autonómico).
- En accesibilidad: norma nacional UNE 170001.
- En destinos: UNE 178501:2018 Destinos Turísticos Inteligentes.

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

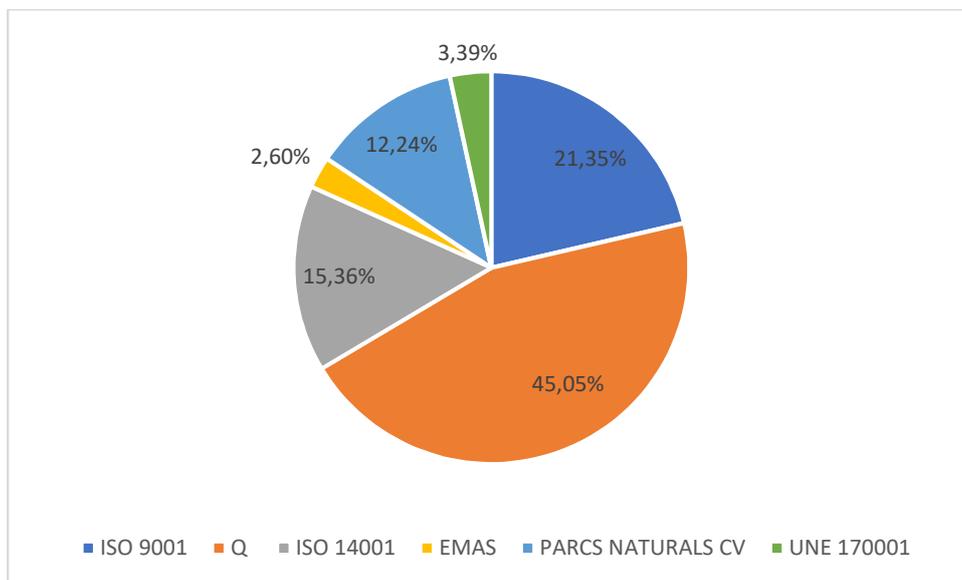
En el año 2020, 243 servicios turísticos han permanecido en Qualitur Club aglutinando 384 certificados en el sector turístico de la Comunitat Valenciana; a pesar de la crisis higiénico sanitaria y económica, los servicios turísticos han optado en su mayoría por mantener los sistemas que garantizan su gestión. Atendiendo a tasa de variación anual se ha producido un descenso del 5,81% en el número de entidades miembros mientras que, atendiendo al número de certificados, la tasa es de un 9,43%.

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



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

**Distribución del número de certificados por modelo**



La Q de Calidad Turística sigue siendo la marca más extendida en el territorio de la Comunitat Valenciana, representando el 45,05%, seguida de la ISO 9001 (21,35%). En este sentido cabe decir que Con 173 Qs, la CV ha descendido una posición en el ranking nacional del número de certificados Calidad Turística, ocupando la tercera posición después de Andalucía y de Galicia.

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

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

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

Las actuaciones ejecutadas en el año 2020 vinieron supeditadas por la pandemia y la adaptación a la situación que se estaba viviendo por lo que muchas de las actuaciones que, con carácter anual se suelen desarrollar, no llegaron a ejecutarse, como, por ejemplo, el acto de entregas de banderas Qualitur o la Noche Q organizada por el ICTE.

A pesar de ello se desarrollaron las siguientes:

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

En las ayudas dirigidas a entidades locales, se contemplan como costes subvencionables la apertura de expedientes, adquisición de la norma, auditoría de certificación, seguimiento y/o renovación y abono del derecho de uso de la marca vinculada al certificado (en el caso de la Q).

Asimismo, se incluían como costes subvencionables los relativos a la creatividad y producción de material promocional. En 2020, 46 entidades locales solicitaron esta línea de ayudas para certificar sus museos, playas u oficinas de información turística de las cuales 41 resultaron favorables para un total de 105.741,18 €.

**Impulsar la certificación de los Museos en la CV:** En una apuesta por dar a conocer la calidad de la oferta cultural de los museos como elemento de competitividad turística, Turisme CV y el ICTE firmaron un convenio de colaboración en 2018 con la finalidad de pilotar en la CV la norma UNE 302002. Dado el éxito del proyecto, durante 2019 y 2020 se ha mantenido esta línea de colaboración.

Los objetivos de este proyecto son determinar el nivel de cumplimiento de los museos de la CV respecto a la norma UNE 302002:2018, y dotarles de herramientas para la mejora de su gestión interna de la calidad.

En el proyecto han participado 35 museos (22 en fase inicial y 13 en fase avanzada). Como resultado final, todos ellos disponen de un diagnóstico de situación y cabe destacar los museos siguientes, los cuales con un pequeño esfuerzo de adecuación documental están en disposición de obtener la marca Q Calidad Turística: Museo de la Ciudad de las Artes y de las Ciencias de Valencia, Museo de Dinosaurios de Cinctorres, Museo Arqueológico de Silla (MARS) y Museo de l'Espardenya (Banyeres de Mariola), Museo Arqueológico de Cullera, Museo Valencia C.F y Museu Joan Fuster (Sueca).

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

**Campaña “Aquí estamos cuando pienses en disfrutar”:** El objetivo inicial era dar a conocer la Marca Q en los mercados turísticos, especialmente entre el turista residente en la propia Comunitat así como promover la obtención de la misma por la oferta turística.

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



**Web Qualitur:** A través de la web de Qualitur se informa de los servicios turísticos certificados en la Comunitat Valenciana y se publican noticias relacionadas con esta materia. A lo largo de 2020 se publicaron 21 noticias.

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

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

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

**Los Comités Técnicos de Certificación:** liderados por el ICTE, son los órganos en los que se estudian, debaten y si procede aprueban los expedientes de la oferta turística para la obtención de la “Q” Calidad Turística. Turisme CV tiene vocalía en dos subcomités: Hoteles y apartamentos turísticos y Playas. En 2020 se participó en 16 Comités y se valoraron 198 expedientes.

**Sello Safe Tourism Certified:** Cabe señalar las acciones específicas desarrolladas en el marco de la pandemia como la participación en los grupos de trabajo creador por el ICTE para elaborar las especificaciones para obtener el sello Safe Tourism Certified. En este sentido cabe señalar que 88 entidades de la Comunitat valenciana han obtenido este sello, representando alrededor del 9% nacional.

### 3.2.3- Fomento de la sostenibilidad en el turismo de la CV

Atendiendo a la llamada localización de los ODS y su traslado en el plano local, en 2019 Turisme CV elaboró y editó la guía de *100 Recomendaciones para la consecución de los ODS en destinos turísticos de la Comunitat Valenciana*, convirtiéndose así en la primera región en adaptar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En 2020 se ha medida el grado de implantación de estas 100 recomendaciones en los 28 destinos que integraban la red de destinos SICTED CV.

Paralelamente se ha trabajado con este grupo de destinos en la elaboración de recomendaciones específicas para la adaptación del cambio climático.

## 3.3. PROGRAMAS DE AYUDAS 2020

El año 2020 ha venido marcado por la crisis COVID que afectó desde el primer trimestre del año a la ejecución de numerosos proyectos e iniciativas que tenían previstas realizar los agentes del sector público o privados: entidades locales, empresas y asociaciones que son beneficiarios de las convocatorias de ayuda que Turisme Comunitat Valenciana resuelve cada anualidad y que también lo ha hecho en 2020.

Las dos convocatorias de ayuda de concurrencia competitiva 2020, fueron publicadas en el mes de diciembre de 2019, mes previo a la COVID, por lo que se requirió un esfuerzo de solicitantes y gestores de los programas para adecuar en la manera posible el planteamiento de los proyectos para que fueran viables en 2020 dentro de las características en cada convocatoria de ayudas.

Así, finalizado el plazo de presentación de solicitudes, en el mes de abril de 2020 se contactó mediante escrito del director de Turisme Comunitat Valenciana con todos los solicitantes para que expusieran su voluntad de continuar con el proyecto para el que habían solicitado ayuda, adecuaran el mismo a la situación sobrevenida dentro de los supuestos que permitía la legislación vigente o renunciaran a su realización.

Eso permitió que se pudieran resolver con información precisa sobre los proyectos e importes destinados a actuaciones a realizar en 2020 adecuados a situación.

De los datos que se facilitan a continuación puede concluirse que las líneas de ayuda dedicadas a proyectos de inversión se han ejecutado con pocas modificaciones; no así las líneas de apoyo a campañas de comunicación, marketing y muy especialmente las líneas de apoyo a eventos, cancelados en muchos casos.

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

### 3.3.1. Ayudas de concurrencia competitiva dirigidas a Entidades Locales de la Comunitat Valenciana

Estas líneas de ayudas de Turisme Comunitat Valenciana se han canalizado a través de convocatoria pública para garantizar la concurrencia competitiva entre todos los solicitantes (Resolución de 10/12/2019 publicada en el DOGV Nº 8700 de 18712/2019) teniendo como beneficiarios a ayuntamientos, organismos autónomos y entes públicos dependientes de ellos y estructurándose en los siguientes programas y subprogramas:

- **Programa 1: Inversión en adecuación y mejora de los servicios y recursos turísticos.**

El programa ha tenido como objeto el apoyo a la financiación de proyectos de inversión que se orientasen a la mejora competitiva de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana a través de la modernización y puesta en valor de sus recursos, la mejora de las estructuras de la red Tourist Info, la señalización turística y la mejora de la gestión medio ambiental de los recursos y servicios turísticos, en concreto las actividades consideradas subvencionables han sido:

1.-Inversión en equipamiento y adecuación 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 y/o interpretación del mismo.

2.-Creación de productos turísticos y puesta en valor de recursos turísticos que, en su estado actual, no sean susceptibles de uso por la demanda turística: Adecuación de senderos guiados, ecoturísticos, 67egative67676767s de avifauna, cicloturismo, entre otros; Creación de rutas para promover el patrimonio cultural, el turismo industrial e 67egative676767 temáticos; Puesta en valor de recursos turísticos e Inversión en equipamiento de espacios de uso turístico cuyo objetivo es dar a conocer al visitante o turista recursos turísticos.

3.-Interpretación turística de los recursos mediante la instalación “in situ” de paneles o 67egative676767 explicativos, placas con códigos QR, material audiovisual y multimedia, pantallas táctiles, audioguías, utilización de sistemas basados en las nuevas tecnologías de la información y comunicación, tales como dispositivos tablets multimedia con finalidad de soporte de guías e información sobre el recurso pudiendo incluir la señalización 67egative6767 y/o direccional.

4.-Señalización 67egative6767 y/o direccional de los recursos turísticos del municipio. La señalización podrá comprender un solo recurso o integrar varios recursos del municipio en un único 67egative.

5.-Mejora de la accesibilidad a los recursos turísticos mediante la eliminación de barreras, tales como instalación de rampas, plataformas elevadoras, eliminación de obstáculos, equipamiento multimedia específico, maquetas, modelos a escala y sistemas interpretativos adaptados.

6.-Habilitación o adecuación de espacios destinados al estacionamiento de vehículos para mejorar la movilidad en el espacio turístico cuya finalidad sea el impacto negativo que estos producen y otros proyectos que mejoren la movilidad en el espacio turístico.

7.-Inversiones en oficinas de información turística de municipios adheridos a la Red Tourist Info de la Comunitat Valenciana, y que tengan como objeto la mejora de los servicios al turista en destino a través de la adecuación, renovación o modernización de sus instalaciones que se detallan a continuación:

8.-Inversión en tecnologías a desarrollar en los municipios de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana (DTI.CV), que en la fecha de finalización del plazo de presentación de solicitudes alcancen el nivel 3 de la red DTI. CV y que como tal estén reconocidos por INVAT.TUR.

Las actuaciones podrán estar basadas en:

- **Programa 2: Competitividad y desestacionalización de los destinos turísticos**

El programa tiene por objeto el apoyo a las actuaciones que mejoren la competitividad de los destinos destacando aquellas que contribuyan a la calidad y sostenibilidad de sus recursos turísticos, la prestación de servicios turísticos, así como la organización y difusión de eventos y fiestas de interés turístico como vehículo de promoción de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana a través de los tres subprogramas siguientes:

Subprograma 2.1.: Certificación de sistemas en recursos y servicios turísticos. Las actuaciones contempladas como ayuda han sido las relativas a gastos que correspondan a la obtención, mantenimiento y/o renovación de uno o varios certificados reconocidos por el Programa Qualitur de Turismo Comunitat Valenciana, en destinos, playas, museos u oficinas de información de la Red Tourist Info.

Subprograma 2.2.: Impulso a la imagen de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana. En este subprograma las actuaciones subvencionables han sido las relativas a gastos de campañas de publicidad en medios de comunicación, otros soportes de difusión y gastos de organización, que tengan como objeto la promoción de los destinos a través de la difusión de fiestas de interés turístico o eventos, que se celebren durante 2020 en la Comunitat Valenciana, mercado nacional o en mercados internacionales, vinculados a productos turísticos de tipo cultural, patrimonial, rural, de naturaleza, gastronómico, deportivo, turismo activo, de salud, bienestar y ocio que constituyan un vehículo a la promoción.

Este subprograma ha reflejado los efectos de la COVID al haber quedado suspendidas todas las actuaciones y eventos dirigidos al público desde el mes de marzo 2020 como se refleja en el cuadro con un alto número de eventos con ayuda concedida que finalmente no han podido realizarse.

Subprograma 2.3.: Apoyo a la prestación de servicios turísticos en los municipios: Este subprograma contempla como gastos subvencionables los servicios propios de los informadores turísticos y de atención al visitante en museos certificados con la Q de Calidad Turística; La prestación de los servicios propios de los guías en visitas a los recursos; los gastos derivados de la seguridad y vigilancia en playas de litoral y de interior: servicios de socorrismo y salvamento, personal sanitario y de atención a dependientes; Gastos derivados de la atención y vigilancia de espacios naturales y áreas recreativas y , en el caso de mancomunidades que cuenten con un Plan de gobernanza y dinamización turística ya finalizado, se contempla la prestación de servicios derivados de la dinamización de los productos turísticos del ámbito territorial de la mancomunidad solicitante.

Este subprograma también ha visto afectado el programa de actividades cuando incluía la programación de visitas guiadas que no han podido realizarse tal y como estaban previstas. A la convocatoria de ayudas dirigidas a entidades locales 2020 se presentaron un total de 691 proyectos con la siguiente distribución por programas:

	DESISTIDOS	FAVORABLES	DESFAVORABLES	TOTAL
<b>PROGRAMA 1</b>	34	273	23	330
Subp.2.1 ET	3	42	1	46
Subp.2.2.ID	70	69	32	171
Subp.2.3.AT	10	126	8	144
<b>PROGRAMA 2</b>	83	237	41	361

El número total de solicitudes presentadas fue de **691**

	FAVORABLES	REALIZADOS
<b>PROGRAMA 1</b>	273	242
Subp.2.1 ET	42	42
Subp.2.2.ID	69	57
Subp.2.3.AT	126	103
<b>PROGRAMA 2</b>	237	202

De las 691 solicitudes presentadas resultaron favorables un total de 510 lo que supone el 70,94 %. Es decir, dos de cada tres solicitudes presentadas en 2020 fueron favorables y se les concedió ayuda para la realización de los proyectos presentados.

El porcentaje de la ayuda osciló en los programas entre el 70% y el 45% del coste subvencionable de cada proyecto.

TOTALES PROGRAMAS 1+2	Nº PROYECTOS FAVORABLES
Provincia de Alicante	107
Provincia de Castellón	132
Provincia de Valencia	198
<b>TOTAL</b>	<b>437</b>

### 3.3.2. Ayudas dirigidas a Empresas, Asociaciones, Federaciones y Fundaciones de la Comunitat Valenciana.

Estas ayudas se han canalizado a través de cuatro programas dirigidos a los siguientes beneficiarios:

- Empresas turísticas, siempre que estuviesen debidamente inscritas en el Registro General de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas de la Comunitat Valenciana a la fecha de presentación de la solicitud.
- Federaciones, fundaciones, asociaciones y empresas organizadoras de actividades deportivas y culturales de interés turístico que se celebren en la Comunitat Valenciana.
- Asociaciones y empresas, que desarrollasen actuaciones de promoción y comercialización de productos turísticos de la Comunitat Valenciana.
- Empresas organizadoras de actividades de carácter musical de impacto turístico que se celebren en la Comunitat Valenciana.

Estas ayudas 2020 de Turisme Comunitat Valenciana se canalizaron a través de convocatoria pública para garantizar la concurrencia competitiva entre todos los solicitantes (Resolución de 10/12/2019 publicada en el DOGV nº 8700 del 18/12/2019)

Cada programa incluía las actuaciones a incentivar, destacando el impulso a aquellas que contribuyesen 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, el fomento del turismo inclusivo y el posicionamiento de nuestros destinos y productos por medio de actuaciones de difusión, promoción y comercialización.

- **Programa 1: Fomento de la competitividad empresarial**

El programa tiene por objeto fomentar la realización de proyectos tendentes a incrementar la competitividad en el mercado nacional e internacional, así como combatir la estacionalidad del producto turístico, a través de:

1. Impulso al turismo sostenible y responsable, mediante:

- a) Inversiones dirigidas a la racionalización del consumo de recursos naturales y a la minimización de los impactos ambientales generados por los establecimientos turísticos valencianos sobre su entorno, tales como:
  - Inversiones destinadas a incentivar el uso de energías renovables mediante la aplicación de alguna de las siguientes tecnologías: solar térmica de baja temperatura, solar fotovoltaica, minieólica, biomasa térmica y geotermia.
  - Inversiones destinadas a la mejora de la eficiencia hídrica de los establecimientos turísticos: racionalización en consumos de agua en las instalaciones mediante la instalación de grifería dotada de válvula termostática y/o grifos electrónicos y sistemas de reutilización de aguas grises.
  - Inversiones destinadas a la reducción del impacto de la actividad turística sobre el entorno: las encaminadas a la reducción de contaminación acústica, lumínica y atmosférica; emisión de humos, depuración, reciclaje y eliminación de residuos.
  - Sistemas de desinfección complementaria de las conducciones de agua de los establecimientos turísticos.
  - Inversiones destinadas a la reducción de consumo o sustitución de elementos contaminantes y residuos –plásticos y similares- en las instalaciones.

- Inversiones destinadas a incentivar el ahorro y la eficiencia energética mediante: sustitución de luminarias por led, sustitución o incorporación de sistemas de control y regulación de la iluminación, relojes astronómicos y/o telegestión, en instalaciones de iluminación interior y alumbrado exterior.
- Inversión en dispositivos de recarga eléctrica de automóviles en los establecimientos de alojamiento turísticos.
- Inversiones en obra, instalaciones o equipamiento en proyectos de productos altamente especializados, segmentados y de base experiencial, encaminadas a dinamizar el destino o reducir la estacionalización del sector que se ajusten a los grupos de acción definidos en la estrategia CreaTurisme, como son los englobados en:
  - Mediterráneo Cultural: Ruta de la Seda, Territorio Borgia, Ruta del Grial, Camins de Dinosaurios, Red de centros Arte Contemporáneo y Ruta Modernista
  - Mediterráneo natural y rural: agroturismo, pescaturismo, birdwatching, Parques Naturales, ecoturismo, gastroturismo, oleoturismo y enoturismo.
  - Mediterráneo Activo/Deportivo: activo-aventura, actividades náuticas, buceo, cicloturismo y MTB, turismo deportivo.

## 2. Impulso del turismo accesible e inclusivo, mediante:

- a) Actuaciones que faciliten la accesibilidad y uso de los establecimientos turísticos para personas con diversidad funcional, mediante la incorporación de tecnologías, tales como, la creación de itinerarios accesibles, sistemas de señalización acústica y visual, sistemas interpretativos adaptados, puertas automáticas, entre otras.
- b) Inversiones en obras o sistemas que logren alcanzar la accesibilidad universal del establecimiento dentro del plazo de justificación, incluyendo el incremento del número de habitaciones y baños accesibles, la eliminación de barreras arquitectónicas y la adecuación del uso por parte de personas con diversidad funcional, tales como ascensores, rampas, plataformas elevadoras, puertas automáticas o eliminación de obstáculos de acuerdo con la normativa vigente

## 3. Impulso de la innovación empresarial a través de la inversión en prestación de servicios de valor añadido, mediante:

- a) Instalación de sistemas de seguridad y contra incendios que superen el código técnico de edificación.
- b) Instalación de sistemas de apertura electrónica de accesos y habitaciones.
- c) Inversiones en obra, instalaciones o equipamiento en productos altamente especializados, segmentados y de base experiencial, encaminadas a dinamizar el destino o reducir la estacionalización del sector que se ajusten a los grupos de acción definidos en la estrategia CreaTurisme, como son los englobados en
  - Mediterráneo Cultural: Ruta de la Seda, Territorio Borgia, Ruta del Grial, Camins de Dinosaurios, Red de centros Arte Contemporáneo y otros productos culturales
  - Mediterráneo natural y rural: agroturismo, birdwatching, Parques Naturales, ecoturismo oleoturismo y enoturismo.

- Mediterráneo Activo/Deportivo: activo-aventura, actividades náuticas, buceo, cicloturismo y MTB, turismo deportivo.
- d) Adquisición e implantaciones de soluciones basadas en las TIC, para mejorar la eficiencia y la gestión del negocio, así como la promoción, comunicación y comercialización de productos y/o servicios turísticos: puntos de información interactivos en los establecimientos y en los puntos de acogida de los usuarios.
- e) Adquisición e incorporación de sistemas de gestión inteligente (domótica).

#### ▪ **Programa 2: Apoyo a actividades deportivas y culturales de impacto turístico internacional**

Este programa tenía por objeto incentivar el desarrollo de actividades deportivas y culturales en la Comunitat Valenciana de impacto internacional y que favoreciesen la generación de flujos turísticos hacia nuestro destino, contribuyendo asimismo a la creación de producto turístico singular y a la desestacionalización de la actividad turística. Estaba orientado a federaciones, fundaciones, asociaciones y empresas organizadoras de actividades deportivas y culturales de gran impacto turístico y se centraba en:

1. Campeonatos, pruebas, concentraciones y eventos deportivos de impacto internacional que se celebren en la Comunitat Valenciana.
2. Otros eventos culturales de impacto internacional vinculados a las artes escénicas que se celebren en la Comunitat Valenciana.

Las ayudas han ido destinadas a financiar la promoción y la difusión de la actividad subvencionada en mercados nacionales e internacionales, vinculando necesariamente ésta con la promoción y difusión de la oferta turística del destino Comunitat Valenciana, así como parte de los gastos de la organización de la actuación objeto de la subvención.

En el inicio del informe ya se adelanta que este programa se ha visto afectado por las restricciones de la COVID si bien gran parte de los eventos se celebraron en el primer trimestre del año con lo que el impacto de las cancelaciones fue menor.

#### ▪ **Programa 3: Impulso al marketing de producto turístico de la Comunitat Valenciana**

Este programa tenía como objetivo incentivar el desarrollo de proyectos que contribuyan a introducir en el mercado productos turísticos de carácter desestacionalizador y de base experiencial para diversificar la oferta, su promoción y comercialización que se ajusten a los grupos de acción definidos en la estrategia CreaTurisme, como son los englobados en :

- Mediterráneo Cultural: Ruta de la Seda, Territorio Borgia, Ruta del Grial, Camins de Dinosaurios, Red de centros Arte Contemporáneo y otros productos culturales.
- Mediterráneo natural y rural: agroturismo, pescaturismo, birdwatching, Parques Naturales, ecoturismo, gastroturismo, oleoturismo y enoturismo.
- Mediterráneo Activo/Deportivo: activo-aventura, actividades náuticas, buceo, cicloturismo y MTB, turismo deportivo.

Las actividades subvencionables deben tener por objeto el posicionamiento, la promoción, distribución o comercialización de productos turísticos especializados, segmentados y de base experiencial:

- a) Campañas de publicidad en medios de comunicación on y off line.
- b) Creación de soportes o canales de difusión multiidioma.
- c) Gastos de participación en ferias o acciones promocionales y misiones comerciales.
- d) Contratación de un gerente o responsable para la ejecución de proyectos presentados por asociaciones para la ejecución de las actuaciones antes detalladas. La función del

gerente será la creación, promoción e introducción de producto turístico, encaminado al refuerzo de la estructura de gestión para la comercialización de productos turísticos de la Comunitat Valenciana.

Será necesaria la participación del gerente en los grupos de trabajo de Creaturisme impulsados por Turisme Comunitat Valenciana, así como en el desarrollo e implantación de dichos planes en su territorio de actuación.

▪ **Programa 4: Impulso a las actividades musicales de impacto turístico**

Este programa tenía por objeto incentivar el desarrollo de actividades musicales en la Comunitat Valenciana de impacto turístico, contribuyendo a la creación de un producto turístico singular y a la desestacionalización de la actividad turística a través de MEDITARRANEW MUSIX / MEDITERRANEW FEST.

Las ayudas iban destinadas a financiar la promoción y la difusión de la actividad subvencionada en mercados nacionales e internacionales, vinculando necesariamente ésta con la promoción y difusión de la oferta turística del destino Comunitat Valenciana, así como parte de los gastos de la organización de la actuación objeto de la subvención.

Las actividades subvencionables son:

- a) Campañas de publicidad en medios de comunicación on y off-line.
- b) Publicidad estática y merchandising en el recinto.
- c) La publicidad a través de otros soportes de difusión.
- d) Gastos concretos de la organización de la actuación subvencionable.

Este ha sido el programa que ha sufrido en mayor medida el impacto de la crisis COVID ya que la celebración de los eventos musicales se concentra en los meses de junio a septiembre y ninguno de los que estaban previstos para esas fechas pudo celebrarse. La resolución de concesión de este programa se aplazó hasta el mes de noviembre 2020 para tener información precisa de la situación en la que estaban las solicitudes y apoyar aquellas que habían podido celebrarse antes de la pandemia o habían realizado la difusión del evento.

En 2020 se presentaron 410 proyectos con la siguiente distribución por programas:

	PROGRAMA 1	PROGRAMA 2	PROGRAMA 3	PROGRAMA 4	TOTAL
Evaluados conforme al objeto de la convocatoria FAVORABLES	59	21	65	24	169
Evaluados conforme al objeto de la convocatoria DESFAVORABLES/ DESISTIMIENTOS expresos y tácitos	103	41	76	21	241
TOTAL SOLICITUDES PRESENTADAS	162	62	141	45	410

El porcentaje de la ayuda osciló en los programas entre el 70% y el 45% del coste subvencionable de cada proyecto.

TOTAL PROGRAMAS EMPRESAS POR PROVINCIAS	Nº PROYECTOS FAVORABLES
Provincia de Alicante	44
Provincia de Castellón	39
Provincia de Valencia	158
<b>TOTAL</b>	<b>241</b>

### 3.3.3. DECRETO 48/2020, de 17 de abril, del Consell, de aprobación de las bases reguladoras y de concesión directa de ayudas urgentes a personas trabajadoras en régimen autónomo, y pequeñas y medianas empresas del sector turístico afectadas por la crisis de la Covid-19.

En el cual se establecieron dos líneas de ayudas urgentes de concesión directa:

- 1) Destinadas a personas trabajadoras autónomas y pymes que desarrollan sus actividades en el sector turístico y estén adheridas al programa Creaturisme o cuenten con la distinción SICTED y a personas trabajadoras autónomas y pymes que sean agencias de viajes.
- 2) Dirigidas a entidades y empresas adheridas a Mediterranean Musix / Mediterranean Fest de Turisme Comunitat Valenciana.

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

En cuanto a la distribución de las solicitudes aprobadas, esta fue la siguiente:

#### LÍNEA 1

CREATURISME	SOLICITUDES FAVORABLES
Provincia de Alicante	38
Provincia de Castellón	29
Provincia de Valencia	70
<b>TOTAL</b>	<b>137</b>

SICTED	SOLICITUDES FAVORABLES
Provincia de Alicante	79
Provincia de Castellón	45
Provincia de Valencia	86
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>

AGENCIAS DE VIAJES	SOLICITUDES FAVORABLES
Provincia de Alicante	159
Provincia de Castellón	34
Provincia de Valencia	310
<b>TOTAL</b>	<b>503</b>

## LÍNEA 2

MEDITERRANEAN MUSIX / MEDITERRANEAN FEST	SOLICITUDES FAVORABLES
Provincia de Alicante	7
Provincia de Castellón	8
Provincia de Valencia	22
TOTAL	37

## 3.4. ESTADÍSTICAS DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA



## 3.4.1. Estadístiques de Turisme, una herramienta de análisis.

La Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana contempla el análisis estadístico como una acción de impulso e instrumento de fomento del conocimiento turístico.



Ubicada en la web institucional de Turisme CV, 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, con más de 10 años de trayectoria y dirigida al conjunto del sector, 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 Turisme CV con los órganos responsables de las estadísticas oficiales de turismo: Instituto Nacional de Estadística y Turespaña, la Direcció General d’Emprendeduria i Cooperativisme, como órgano central de estadísticas en la CV, los agentes turísticos de la Comunitat Valenciana, así como de fuentes y estudios propios.

En Estadístiques de Turisme CV se ofrece información detallada de la Comunitat Valenciana, así como desagregada por zonas turísticas, mediante la publicación 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. El número anual de visitas a la sección “Estadístiques de Turisme” de la web institucional se situó en 2020 en torno a las 10.400.

Para respetar el máximo posible el calendario de publicaciones 2020, se realizó un esfuerzo de adaptación personal y material al teletrabajo, así como a suplir la pérdida de datos mediante la estimación y el contraste con otras fuentes.

En 2020, Turisme Comunitat Valenciana, en colaboración con Exceltur realizó una nueva edición del estudio Impactur (bianual), sobre el impacto del turismo en la economía y en el empleo de la Comunitat Valenciana, referido a 2019, en su marco y con objeto de responder a las necesidades coyunturales provocadas por la pandemia, dando como resultado una aproximación del Impacto de la Covid-19 en el ejercicio 2020 acompañada de medidas de reactivación.

ESTADÍSTICAS DE TURISME CV EN CIFRAS		
	2019	2020
Visitas*	9.718	10.383
Publicaciones	99 informes coyuntura	92 informes coyuntura
	5 balances	5 balances
	5 anuarios	4 anuarios
	36 informes mercado (7 nacionales)	50 informes mercados (13 nacionales)
	5 informes producto	1 informe producto
	10 otros informes	13 otros informes
Peticiones de información	97	270

\*Elaboración propia a través de Google Analytics.

En 2020 se realizaron 165 publicaciones, lo que supuso un incremento del 3,1% respecto a 2019, destaca el incremento de informes de mercado y de las peticiones de información. En 2020 se han realizado 4 nuevos informes basados en la explotación del Registro.



### 3.4.2. Programa Estadístico y colaboración en el PVE 2019-2022

Su finalidad es aportar información cualificada, de tipo cuantitativo y cualitativo, en la que apoyar las actuaciones de la Administración pública y de entidades privadas en materia turística, posibilitando un conocimiento estadístico detallado del mercado turístico de la Comunitat Valenciana y de los elementos del entorno que influyen en el mismo.

El programa se basa tanto en fuentes propias como externas, con el objeto de ampliar la explotación de los principales indicadores turísticos en el ámbito de la Comunitat Valenciana.

## A. Fuentes Propias

- Análisis de la evolución de la temporada turística verano, así como de la ocupación de establecimientos turísticos durante puentes y fiestas nacionales de interés para la actividad turística de la Comunitat Valenciana, mediante una encuesta a una muestra de la oferta, por tipologías y zonas turísticas y, en su caso, con la participación de asociaciones del sector.
- Análisis de la demanda de la Red Tourist-Info durante la temporada de verano, en colaboración con el Servicio de Producto y Territorio. Desde el Servicio de Planificación y Estrategia Turística se realizó el informe general de resultados, a partir de la explotación de los cuestionarios cumplimentados por los usuarios de la Red en las mismas oficinas (5.466 cuestionarios de 103 oficinas participantes en 2020).
- Actualización de la oferta turística de la CV a partir del Registro de Turismo.
- Estudio sobre los turistas extranjeros entrados por el aeropuerto de Castellón, en colaboración con la Dirección del Aeropuerto de Castellón.

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

Los acuerdos y convenios de colaboración en materia estadística en vigor durante 2020 han sido:



- Nuevo Convenio de Colaboración entre el Instituto Nacional de Estadística (INE), la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo de la Generalitat (la CESSPCT como departamento de la Generalitat que asume las competencias en materia de estadística, según establece el Decreto 105/2019, de 5 de julio, del Consell) y Turisme CV, de 30 de abril de 2020, 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 València (vigencia: 4 años, prorrogables por un único periodo de igual duración. En 2020 la Comisión de Seguimiento se reunió con fecha 21/12/2020).

En 2019, Turisme CV adjudicó la contratación de la ampliación de la muestra Frontur/Egatur Comunitat Valenciana en los aeropuertos de Alicante-Elche y Valencia y del estudio de turistas extranjeros que han tenido entrada por el Aeropuerto de Castellón (lotes 1 y 2 del expediente nº 13/18), iniciándose los trabajos de campo en mayo de 2019 con una duración de 2 años, hasta abril de 2021, con posibilidad de prórroga por dos periodos adicionales de seis meses. En 2020 el Impacto de la COVID-19 se ha traducido en una cancelación de todas las operaciones regulares en el aeropuerto de Castellón, en consecuencia, se ha tramitado una suspensión del Lote 2 del contrato entre los meses de noviembre de 2020 y marzo de 2021.

- Colaboración con el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) en materia de análisis turístico. Fruto de esta colaboración fueron los informes mensuales realizados para la Comunitat Valenciana sobre “Compañías aéreas de bajo coste (CBC)” y “Empleo turístico”, en correspondencia con los informes de carácter nacional. Turisme CV participó en el grupo de trabajo de estadísticas de la Comisión Sectorial de Turismo.



- Colaboración con SEGITTUR Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, con la actualización de datos CV en la página web Reactivatur.

### B.1. Colaboración con el INE

Anualmente se renuevan las diferentes peticiones de información continua al INE, trabajando mensualmente el siguiente tipo de información:

- Indicadores de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH):
  - Variables de demanda, según el país de origen para el ámbito provincial.
  - Indicadores de oferta por zonas y puntos turísticos.
  - Indicadores de rentabilidad hotelera (ADR y Revpar) por provincias y destinos Benidorm y València ciudad.
- Indicadores de la encuesta de ocupación extrahotelera: Desagregación mensual de los datos de demanda (viajeros y pernoctaciones), según el país de origen para el ámbito provincial en las modalidades de campings y apartamentos turísticos.

En 2020 se ha incorporado el emisor noruego a la desagregación por mercados de origen de la Encuesta de Ocupación en Campamentos Turísticos.

### B.2. Colaboración con la Direcció General d'Emprenedoria i Cooperativisme

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 Economia participa, junto con Turisme CV, en el Convenio con el INE en materia de estadísticas de turismo.

### B.3. Colaboración con el sector turístico

Colaboración con Hosbec, la Asociación de Campings y Fundación Turismo València en el seguimiento de la ocupación en establecimientos turísticos en temporada alta, puentes y otros periodos de interés, con el objeto de mejorar el índice de respuesta y como medida para reducir la carga en la cumplimentación de encuestas por parte de las unidades informantes.



### B.4. Operaciones en el marco del Plan Valenciano de Estadística 2019-2022

- 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), en este sentido, el anuario “El Turismo en la Comunitat Valenciana”, formará parte del nuevo plan estadístico de la Comunitat Valenciana (2019-2022) en trámite.

Colaboración en el Plan Valenciano de Estadística 2019-2022, siendo responsables del desarrollo de las operaciones relativas a:

- La Oferta Turística Municipal y Comarcal (Explotación del Registro de Turismo).
- Los Indicadores de Demanda del Sector Turístico (desagregación para la Comunitat Valenciana, provincias y destinos Benidorm y Valencia ciudad, de los turistas en todo tipo de alojamiento).
- El anuario “El Turismo en la Comunitat Valenciana”, se ha incorporado al nuevo plan estadístico de la Comunitat Valenciana 2019-2022.

En 2020 se ha cerrado el balance 2019 y se han actualizado la ejecución de 2020 y las previsiones para 2021.

### C. Otras fuentes

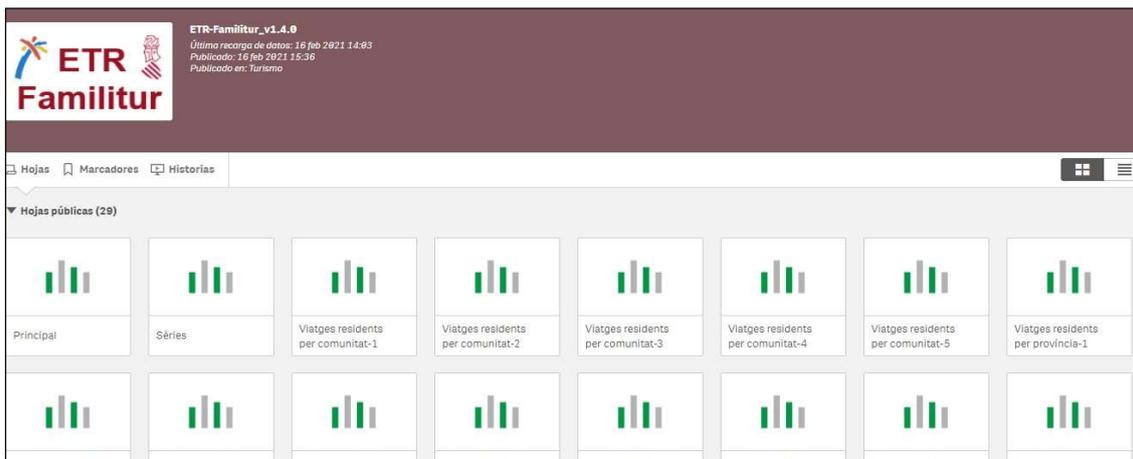
Seguimiento y análisis periódico (quincenal/mensual/trimestral) de otros indicadores:

- INE: Estadísticas experimentales

- **Turespaña:** Fichas mercados
- **Tesorería de la Seguridad Social:** petición continua de carácter mensual para obtener el número de afiliados en las ramas de hostelería y agencias de viajes.
- **Hosbec:** ocupación hotelera, en apartamentos y campings.
- **Aena:** flujo de pasajeros en los aeropuertos valencianos.
- **Exceltur:** informes de perspectivas y barómetros de rentabilidad.
- **CEHAT** (Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos): Análisis de la industria hotelera nacional.
- **OMT** (Organización Mundial del Turismo): Barómetro Mundial del Turismo, con información de periodicidad bimestral
- Informes aeropuertos de la Comunitat Valenciana.

### 3.4.3. Plataforma de inteligencia turística (INTETUR)

Proyecto desarrollado en colaboración con el Servicio de Informática que surge por la necesidad de tratar y analizar grandes cantidades de datos procedentes de encuestas a la demanda turística a los que Turisme CV tiene acceso, fruto de la colaboración con el INE, las encuestas a la oferta, también en colaboración con el INE y la explotación estadística del Registro de Turisme. El proyecto supone, respecto a lo realizado hasta ahora, una mejora en el análisis y presentación de la información, y se apoya en la plataforma de analítica de datos Qlik Sense. También permite la gestión de datos por usuarios internos no especializados.

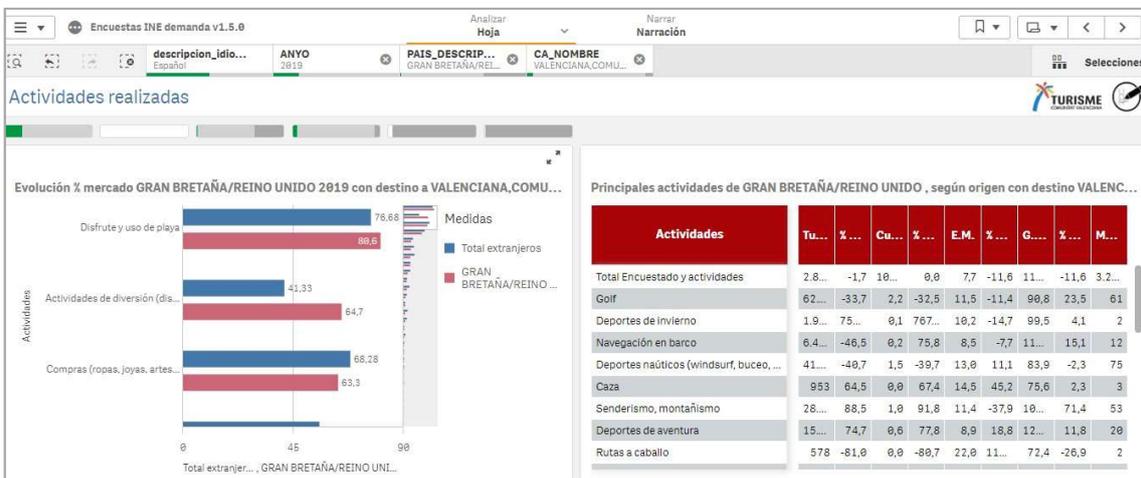


En 2020, se ha completado la automatización de la carga y definición de informes de explotación de los microdatos de las estadísticas dirigidas a la demanda turística tanto de la residente en el extranjero como la residente en España.

En 2020 se ha procedido mensualmente a la carga, revisión y resolución de incidencias de 10 ficheros de microdatos correspondientes a las encuestas a la demanda (residente y no residente) y 29 hojas excel correspondientes a las encuestas a la oferta (hoteles, apartamentos, cámpings y alojamiento rural), la falta de datos por el impacto de la COVID-19 ha supuesto un mayor número de incidencias a resolver.



También se ha trabajado intensamente en el diseño, comprobación y resolución de incidencias de las tablas de explotación de la demanda, de forma que se han automatizado la mayor parte de los procesos, lo que ha permitido elaborar los informes con mayor calidad e inmediatez. Asimismo, se ha trabajado en la presentación de tablas de forma automática **en los dos idiomas oficiales** de la Comunitat Valenciana.



### 3.4.4. Difusión de información estadística

Anualmente se pone a disposición de los usuarios un calendario de publicaciones. Los informes generados están disponibles en las dos lenguas oficiales de la Comunitat Valenciana, lo que ha supuesto la traducción interna de la totalidad de los 165 informes realizados, de forma interna, desde el propio Servicio de Traducción.

Coyuntura	2021												2022
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
Coyuntura online	XII/2020 (5-ene)	XII/2020 (2-feb)	I/2021 (4-mar)	II/2021 (1-abr)	III/2021 (5-may)	IV/2021 (1-jun)	V/2021 (2-jul)	VI/2021 (2-ago)	VII/2021 (1-sep)	VIII/2021 (4-oct)	IX/2021 (2-nov)	X/2021 (2-dic)	XII/2021
Turistas extranjeros Frontur-Egatur	XII/2020 (7-ene)	XII/2020 (4-feb)	I/2021 (3-mar)	II/2021 (7-abr)	III/2021 (7-may)	IV/2021 (2-jun)	V/2021 (5-jul)	VI/2021 (4-ago)	VII/2021 (2-sep)	VIII/2021 (5-oct)	IX/2021 (4-nov)	X/2021 (3-dic)	XII/2021
Turistas extranjeros. Datos provinciales		4º trim. 2020			1º trim. 2021			2º trim. 2021			3º trim. 2021		
Turistas extranjeros aeropuerto Castellón		Año 2020											
Compañías Aéreas de Bajo Coste	XII/2020	I/2021	II/2021	III/2021	IV/2021	V/2021	VI/2021	VII/2021	VIII/2021	IX/2021	X/2021	XI/2021	XII/2021
Viajes turísticos de los españoles			4º trim. 2020 (25-mar)			1º trim. 2021 (29-jun)			2º Trim. 2021 (29-sep)			3º Trim. 2021 (22-dic)	
Viajes turísticos de los españoles. Datos provinciales			4º trim. 2020 (29-mar)			1º trim. 2021 (30-jun)			2º Trim. 2021 (30-sep)			3º Trim.2021 (23-dic)	
Ocupación hotelera	XII/2020 (26-ene)	I/2021 (25-feb)	II/2021 (24-mar)	III/2021 (26-abr)	IV/2021 (25-may)	V/2021 (25-jun)	VI/2021 (26-jul)	VII/2021 (25-ago)	VIII/2021 (24-sep)	IX/2021 (26-oct)	X/2021 (25-nov)	XI/2021 (27-dic)	XII/2021
Ocupación hotelera por zonas turísticas	XII/2020 (27-ene)	I/2021 (26-feb)	II/2021 (25-mar)	III/2021 (27-abr)	IV/2021 (26-may)	V/2021 (28-jun)	VI/2021 (27-jul)	VII/2021 (26-ago)	VIII/2021 (27-sep)	IX/2021 (27-oct)	X/2021 (26-nov)	XI/2021 (28-dic)	XII/2021
Evolución de la oferta hotelera	XII/2020 (1ª qna.)	I/2021 (1ª qna.)	II/2021 (1ª qna.)	III/2021 (1ª qna.)	IV/2021 (1ª qna.)	V/2021 (1ª qna.)	VI/2021 (1ª qna.)	VII/2021 (1ª qna.)	VIII/2021 (1ª qna.)	IX/2021 (1ª qna.)	X/2021 (1ª qna.)	XI/2021 (1ª qna.)	XII/2021
Ocupación extrahotelera	XII/2020 (5-ene)	XII/2020 (2-feb)	I/2021 (4-mar)	II/2021 (1-abr)	III/2021 (5-may)	IV/2021 (1-jun)	V/2021 (2-jul)	VI/2021 (2-ago)	VII/2021 (1-sep)	VIII/2021 (4-oct)	IX/2021 (2-nov)	X/2021 (2-dic)	XII/2021
Empleo turístico		4º trim. 2020			1º trim. 2021			2º trim. 2021			3º trim. 2021		
<b>Balances</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Enero</b>

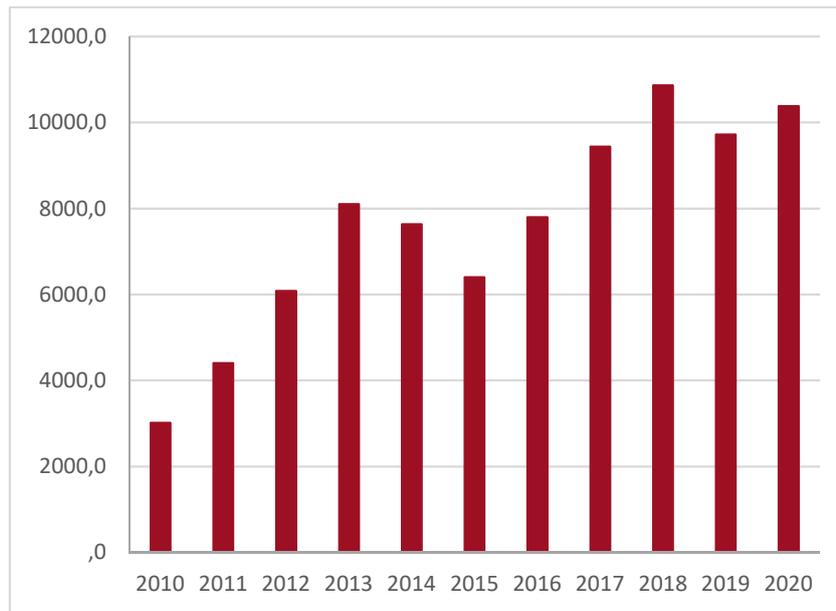
Difusión de un mailing semanal por correo electrónico con los últimos informes estadísticos publicados en el apartado de Estadísticas de Turisme, dirigido a 242 destinatarios:

- 24 federaciones y asociaciones empresariales
- 19 organismos de la administración pública
- 15 representantes de subsectores turísticos
- 35 representantes de subsectores relacionados con actividades complementarias
- 7 representantes de las Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana
- 25 consultoras turísticas
- 41 investigadores turísticos
- 46 técnicos turísticos municipales
- 30 destinatarios internos de la AVT

Gestión de 270 peticiones de información atendidas, de las cuales 148 han sido externas solicitadas, bien a través de la dirección de correo electrónico [mailto:estadistiques\\_turisme@gva.es](mailto:estadistiques_turisme@gva.es) o por organismos externos, mediante peticiones continuas y 122 peticiones internas de las Áreas de Turisme.

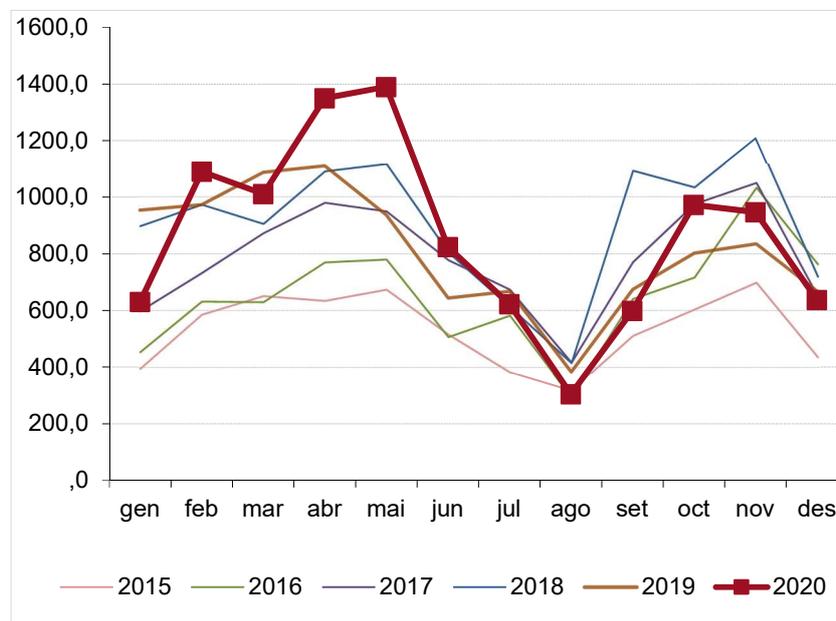
Estadísticas de Turisme CV destaca entre las secciones web con información estadística oficial sobre el turismo, por el volumen y grado de actualización de la información, hecho que se corresponde con la tendencia creciente (244%) en el número de accesos desde su creación en 2010.

Número total de accesos a Estadístiques de Turisme CV 2010-2020



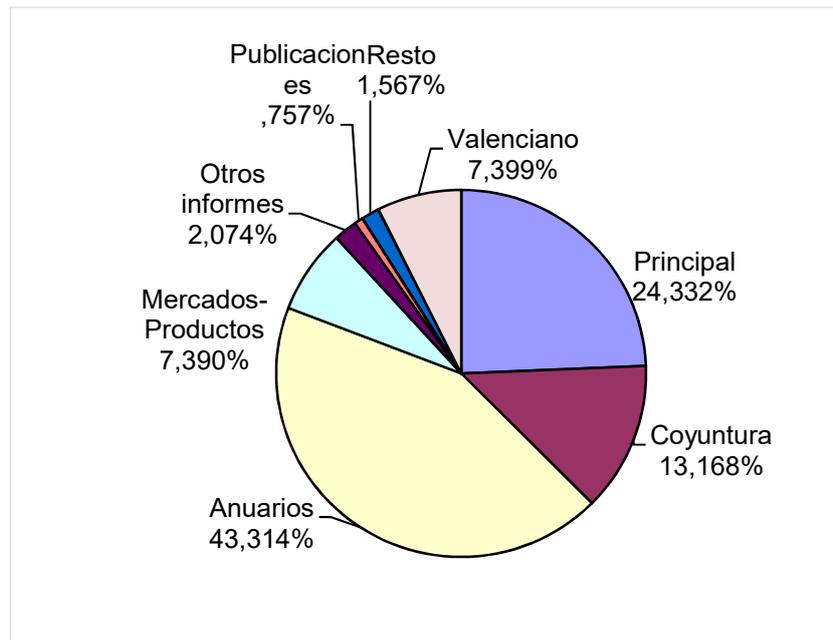
En 2020 se contabilizaron un total de 10.383 visitas a *Estadístiques de Turisme CV* (Google Analytics), ello supone un crecimiento respecto al año anterior del 6,8%, destacan especialmente los incrementos en las consultas realizadas en los meses posteriores a la declaración de la pandemia y el confinamiento: abril (22%) y mayo (49%).

Evolución total sesiones Estadístiques de Turisme 2015-2020



Un 43,3% de los usuarios accedió a Estadístiques de Turisme CV a través de la sección de Anuarios y un 24,3% a través de la página principal. Este comportamiento se relaciona con la consulta directa que los usuarios hacen de estos informes, bien porque conocen los apartados y acceden directamente o bien porque hacen buen uso de los enlaces con las novedades semanales que se les envía a través del *mailing* electrónico.

Sesiones por página de entrada 2020



La tasa de rebote se ha mantenido estable respecto a 2019 (0,1%) y presentaba un valor muy satisfactorio (51,3%), indicando que cerca de la mitad de los usuarios consultaban y se interesaban por otros apartados antes de abandonar la sesión.

En 2020, las entradas a través del apartado Coyuntura y Mercados crecieron un 32,6% y un 24,3%, respectivamente. Las entradas a través de la versión en valenciano se incrementaron un 17,9%, interanual.

### 3.5. Anuarios y otros estudios

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

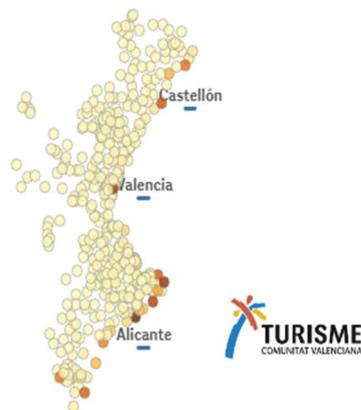


Oferta turística municipal y comarcal 2020. Volumen de plazas en apartamentos

## EL TURISMO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

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

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



100 km

K= unidad por 1000

## OFERTA TURÍSTICA MUNICIPAL Y COMARCAL

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

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

### Impacto económico del turismo en la Comunitat Valenciana Resumen de los principales indicadores Año 2019

**15,5%** del total del PIB en la Comunitat Valenciana.  
17.883 millones de euros.

**15,9%** del total del EMPLEO en la Comunitat Valenciana.  
318.522 puestos de trabajo.

**6,8%** del total del GASTO PÚBLICO corriente en la Comunitat Valenciana.  
1.125 millones de € de gasto público corriente.

**15,3%** del total de IMPUESTOS recaudados en la Comunitat Valenciana.  
3.849 millones de € de recaudación.

## IMPACTUR 2019

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

### IMPACTO ESTIMADO DE LA COVID-19 SOBRE EL PIB TURÍSTICO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

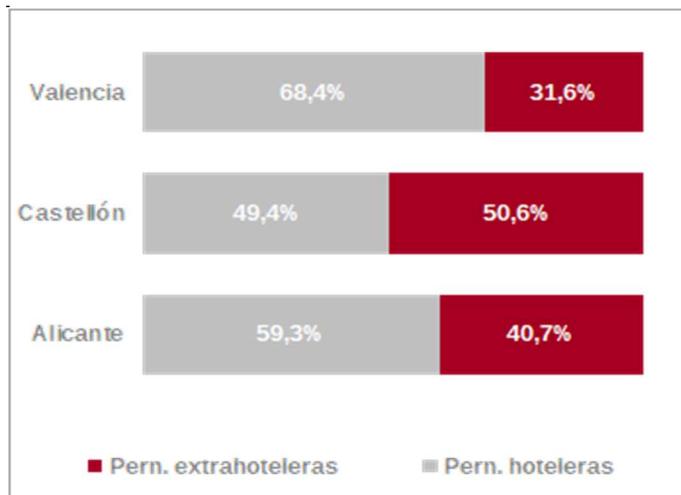
EVOLUCIÓN 2014/2020

FUENTE: Estudio IMPACTUR Comunitat Valenciana (Exceltur)



### APROXIMACIÓN AL IMPACTO DE LA COVID-19 EN EL TURISMO EN 2020 Y MEDIDAS DE REACTIVACIÓN

Una primera estimación del impacto de la pandemia en el año 2020. Información clave para orientar las medidas de reactivación iniciadas por Turisme Comunitat Valenciana en colaboración con el sector.



### PERFIL DEL TURISTA ALOJADO EN OFERTA REGLADA

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

El resto de estudios programados anualmente han sido:

- Balances coyunturales, acumulado abril, verano, anual
- Turistas extranjeros en alojamiento privado
- Turistas residentes en España en alojamiento privado
- Transporte Aéreo
- Turoperación
- Estudio turistas extranjeros entrados por el aeropuerto Castellón
- Excursionismo de los residentes en la Comunitat Valenciana
- Ocupación en albergues
- Habitaciones hoteleras ocupadas por tipo de cliente
- Evolución del RevPAR hotelero

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 internamente desde el Servicio de Planificación y Estrategia Turística.

## 3.6. ACCIONES DE APOYO A LAS ACTUACIONES DE POLÍTICA TURÍSTICA

### 3.6.1. Apoyo técnico a la presidencia y dirección de Turisme CV

Desde el Área de Competitividad Turística y a través del Servicio de Planificación y Estrategia Turística, se llevó a cabo la siguiente actividad de apoyo técnico:

- Recuperatur CV
- Grupo de trabajo Destino Seguro
- Especificaciones ICTE
- Playas Seguras y Destinos de interior seguros
- BALANCE 2020 DEL PLAN ESTRATÉGICO DE SUBVENCIONES 2018-2020
- Cálculos Fondo de Cooperación Municipal para Municipios Turísticos

REALIZACIÓN DE INFORMES 2020	CANTIDAD
Informes municipales y comarcales	134
Informes altos cargos	56
Fichas reuniones	15
Peticiones información/dudas/incidencias ayudas ayudasdirectas_turisme@gva.es	2.534
Informe de gestión	1
<b>TOTAL</b>	<b>2.740</b>

### 3.6.2. Convocatoria y gestión de los Premis Turisme CV

Por RESOLUCIÓN de 21 de febrero de 2020 se convocaron los Premis Turisme CV 2019, a los que se presentaron 9 candidaturas en sus distintas modalidades.

A finales del mes de septiembre de 2020 y coincidiendo con las celebraciones del Día Mundial del Turismo, fueron entregados, por el President de la Generalitat a los ganadores, los Premis Turisme CV 2019, correspondientes a su sexta edición, en un acto celebrado en la sede del Palau de la Generalitat, con aforo limitado y cumpliendo con todos los protocolos de seguridad establecidos. 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 quienes se distingue por su labor a favor del turismo.

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

- **Modalidad 1, Premio a la trayectoria turística.** A LA FUNDACION PALAU DUCAL DELS BORJA FUNDACIO DE LA COMUNITAT VALENCIANA
- **Modalidad 2, Premio a la formación, investigación e innovación turística** a AL I CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN TURISMO GASTRONÓMICO Y CULTURA CULINARIA
- **Modalidad 3, Premio a la promoción y comunicación turística** A LA XIX EDICION FERIA PRIMER CORTE DE LA MIEL DE AYORA.
- **Modalidad 4, Premio al turismo sostenible,** ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS FORESTALES C.V, (AMUFOR) ARTE RUPESTRE Y EL BOSQUE COMO MODELO DE GESTIÓN DEL TURISMO

- **Modalidad 5, Premio al turismo inclusivo** A LA NOCHE DE LAS VELAS en el municipio de TITAGUAS
- **Modalidad 6, Premio al turista responsable, (EX AEQUO)** a A VIUNATURA, S.L. y A HORTA VIVA–VALÈNCIA ORIGINAL TOURS

El jurado decidió, otorgar menciones especiales a aquellas personas o entidades que durante 2020 se distinguieron por su importante contribución a paliar los efectos ocasionados por el COVID 19 sobre el sector turístico valenciano, ya sea dicha contribución de carácter general o específica en un ámbito concreto de actuación.

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



### 3.7. PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA

Por resolución de 26 de octubre de 2020, del presidente de Turisme Comunitat Valenciana, se convocaron ocho becas para la realización de prácticas profesionales en materia de turismo en las dependencias de la citada entidad pública.

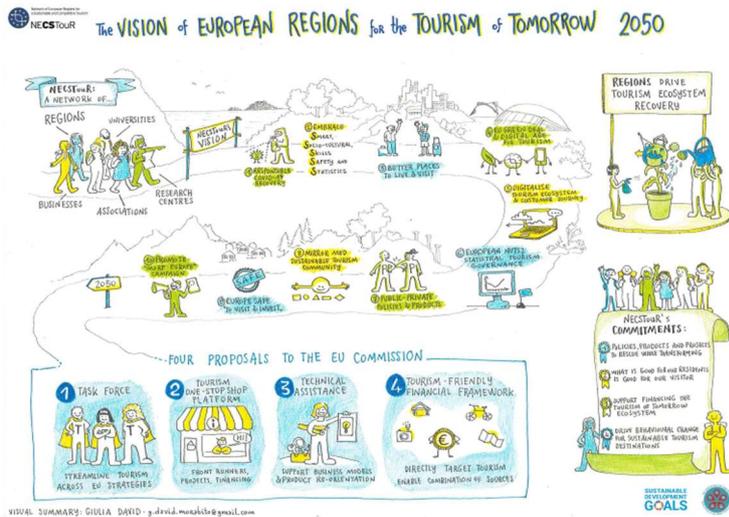
En el marco de la política de la Generalitat dirigida a la integración y especialización de jóvenes con licenciatura o grado universitario que han finalizado sus estudios en fechas recientes, Turisme Comunitat Valenciana contempló la posibilidad de ofrecer realizar prácticas profesionales en sus dependencias, para contribuir a dicha especialización técnica y, al mismo tiempo, facilitar el acceso al mundo laboral de los jóvenes titulados, enriqueciendo su formación con nuevos conocimientos no sólo teóricos sino sobre todo prácticos, considerándose que la concesión de becas con tal objeto es el instrumento más adecuado para garantizar la consecución de estos fines.

Para ello se tramitaron un total de 207, solicitudes, distribuidas de la siguiente forma: 114 solicitudes para las becas clase E, y 93 solicitudes para las becas clase I.

### 3.8 PROYECTOS EUROPEOS Y RELACIONES INTERNACIONALES

Turisme CV mantuvo su apuesta en 2020 por la creación de sinergias también en el ámbito internacional, renovando su participación como socio de entidades de relevancia en el mundo del turismo, tales como la OMT, el Pacto Mundial de Naciones Unidas o Necstour (Red de regiones europeas para un turismo sostenible).

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



Brussels, 14 October 2020

**TOURISM MUST BE PART OF NATIONAL RECOVERY AND RESILIENCE PLANS**

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

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

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

**GLOBAL RESPONSES TO THE COVID-19 PANDEMIC IN TRAVEL AND TOURISM**

WEDNESDAY 16.11.2020 15:00 - 16:00 (CET)

FACEBOOK LIVE AT @GOWINTOURAELENA

WELCOME MESSAGE (VIDEO)

- GLORIA GUEVARA, CEO & President of The World Travel & Tourism Council
- AMBASSADOR DHO YOUNG-SHIM, Chair, UN SDGs Advisory Alliance, S. Korea
- DR. TALEB RIFAI, Former Secretary General of UNWTO, Jordan
- EDMUND BARTLETT, Minister of Tourism of Jamaica
- DR. MARIO HARDY, CEO of IATA (Public Airs. Transport Association)

**RESTARTING TRAVEL AND TOURISM IN EUROPE**

FACEBOOK LIVE AT @GOWINTOURAELENA

TUESDAY 17.11.2020 12:00 - 14:00 (CET)

MODERATOR: MEP ELENA KOUNTOURA

- ALEXANDROS VASSILIKOS, President, Hellenic Chamber of Hotels & Hotels Econ. member
- MEP ISTVÁN UJHELYI, Vice Chair of Policy Committee, Member of the Tourism Task Force Steering Group
- MEP JOSÉ RAMÓN BAUZA DÍAZ, Member of the Tourism Task Force Steering Group
- LOLA UÑA CARDENAS, Vice President, Government Affairs, WFTC
- GEORGE TZIALLAS, Tourism Expert, UNWTO, Ex-Secretary General, Ministry of Tourism, Greece

En base a ello, se estableció una estrategia de participación en proyectos europeos, bien como entidad colaboradora bien como partner principal. He aquí una lista de algunos de ellos:

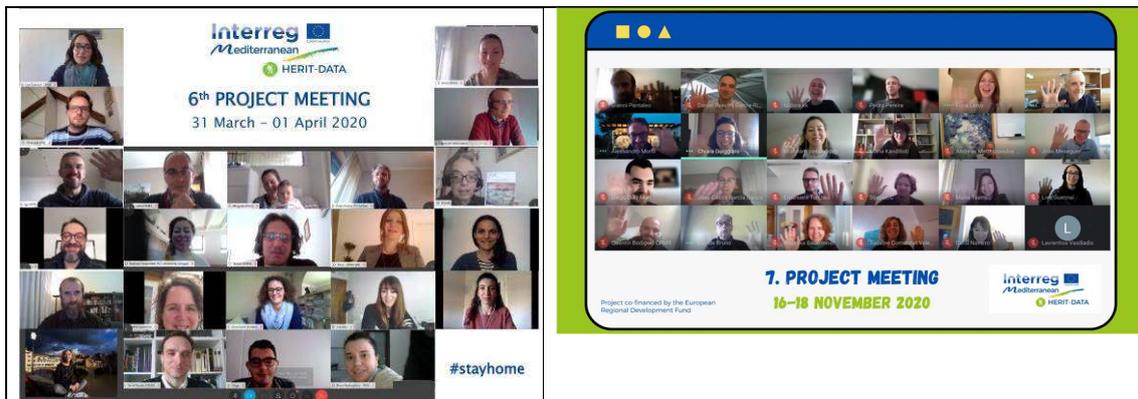


- HERIT – DATA (en condición de socio)
- ALTER ECO (como entidad colaboradora)
- SIROCCO (como entidad colaboradora)
- OASIS (Digital Platform) (como entidad colaboradora).
- PANORAMED (Interreg Mediterranean) (como entidad colaboradora).
- MITOMED + (Models of Integrated Tourism in the Mediterranean Plus) (como entidad colaboradora).
- Proyecto TOURISMED, Pêche Tourisme pour un développement durable dans la région méditerranéenne (como entidad colaboradora).

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



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



### 3.9 PLANES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

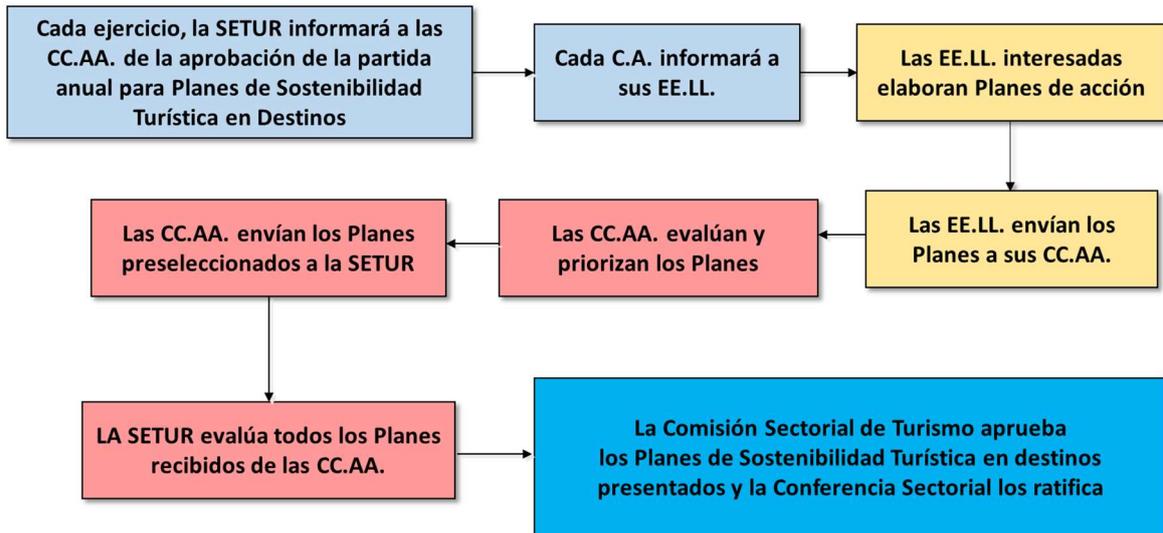
En el marco de la elaboración del Plan Estratégico del Turismo Español 2030, considerando las Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, y teniendo en cuenta la **necesidad de que el modelo turístico español contribuya de forma efectiva al cumplimiento de los ODS** de la Agenda 2030 y **a frenar la despoblación** del medio rural, la Secretaría de Estado de Turismo propone este **Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos** que viene justificado por las siguientes consideraciones:

- ❖ Se inscribe en el eje estratégico de **“Gobernanza colaborativa”** de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, contribuyendo a reactivar los mecanismos de colaboración con las Comunidades Autónomas y Entidades Locales.
- ❖ Se orienta a impulsar y consolidar la actividad turística, preferentemente en zonas afectadas por la despoblación, a fin de incrementar su actividad económica y los niveles de renta de sus habitantes, contribuyendo así a los objetivos del **reto demográfico**, de acuerdo con el eje estratégico de **“Crecimiento sostenible”**.
- ❖ Promueve la adaptación a una sociedad, una economía y un entorno de mercado crecientemente digitales que impulsa el eje estratégico **“Transformación competitiva”**.

#### OBJETIVOS

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

## Funcionamiento del programa



Con este esquema de trabajo y en estrecha relación con las EELL y la SETUR, desde Turisme Comunitat Valenciana se ejerció de ventanilla de información sobre el proyecto, se recibieron 9 solicitudes que posteriormente fueron evaluadas y priorizadas.

Las EELL que presentaron proyecto fueron las siguientes:

- GANDIA
- BENIDORM
- VALENCIA
- BOCAIRENT
- DENIA
- PEÑÍSCOLA
- LA RIBERA
- CULLERA
- LA VALL D'UIXÒ
- LA PLANA BAIXA
- VISITELCHE

Finalmente, la Conferencia Sectorial aprobó los planes presentados por los municipios de Gandía y Benidorm, tras ese acuerdo se procedió a realizar la tramitación para la firma de los convenios necesarios para articular la colaboración entre las tres entidades.

# 4

## INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS



## 4.1. INFRAESTRUCTURAS DE LITORAL

La finalidad del programa es dotar a las playas de la Comunitat Valenciana de infraestructura turística, para la puesta en valor de dichos recursos, así como facilitar el disfrute de la mayor parte de los usuarios la mayor parte del año. Ello precisa del suministro a los municipios de diferentes elementos, unos de carácter higiénico, como son lavapiés ecológicos (utilizando agua tratada de mar), papeleras, grupos de papeleras para recogida selectiva de residuos, pasarelas rígidas de ancho especial, pasarelas desmontables, y otros de carácter lúdico y deportivo como son juegos infantiles y juveniles, áreas deportivas, áreas biosaludables y zonas sport-platja, así como el mantenimiento de todas ellas. Estas instalaciones colaboran a la mejora de las condiciones de uso turístico de las playas. Dado que muchos de estos elementos han sobrepasado en mucho sus expectativas de vida útil, los daños del temporal y la agresividad del medio en el que los mismos están instalados, resulta necesario una constante renovación de la citada infraestructura turística instalada en el litoral de la Comunitat Valenciana.

Durante el año 2020 hubo un episodio meteorológico que provocó daños muy importantes en la infraestructura turística instalada en el litoral de la Comunitat Valenciana:

- Entre el 19 y el 22 de enero: la borrasca Gloria fue un temporal marítimo de lluvia, nieve, viento y fenómenos costeros de una intensidad extraordinaria y alcance inusitados, que afectaron fundamentalmente a las infraestructuras del litoral. Los daños producidos fueron reparados a lo largo del resto del año 2020.

A pesar de la gravísima afección a la infraestructura instalada en el litoral de la Comunitat Valenciana a raíz de este grave episodio meteorológico, a lo largo de 2020 se mantuvieron tres líneas de actuación:

### 4.1.1. Mantenimiento y reparación de las instalaciones higiénicas y lúdico-deportivas

Estas actuaciones se implantaron a través del expediente 36/17 (Bienal), en su tercera anualidad (prorroga prevista en el contrato), con doce lotes. Las actuaciones más importantes fueron:

Mantenimiento, Conservación y Reparación en las estaciones de bombeo para agua tratada de mar en la revisión, reparación o sustitución de los equipos de bombeo, las boyas, calderines y el cuadro eléctrico, y demás elementos que componen una estación de bombeo con sus canalizaciones y Lavapiés.

Mantenimiento, Conservación y Reparación de la infraestructura lúdico-deportiva instalada en las playas, así como de las áreas de juego de vóley playa, fútbol playa y zonas sport playa.

Por parte del Servicio de Infraestructuras Turísticas de Turisme CV se promovió la contratación de servicios profesionales de dos ingenieros de apoyo para realizar los trabajos de Dirección Facultativa y la Coordinación en Seguridad y Salud de los trabajos materialmente antes descritos y ejecutados por diferentes empresas adjudicatarias. Mensualmente se emitieron informes de los trabajos realizados, contrastados éstos con la dirección facultativa y atendiendo a las prioridades marcadas en las reuniones de inicio.

#### 4.1.2. Suministro e instalación de nuevos elementos de infraestructura turística

Las principales acciones emprendidas de suministro e instalación de nuevos elementos infraestructurales en playas fueron:

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

#### 4.1.3. Reparación de los daños producidos por la borrasca Gloria mediante encargo a TRAGSA como medio propio de la Administración

Las actuaciones más destacadas fueron:

- Instalación de más de 90.000 ML de tubería de varios diámetros para canalización de agua tratada de mar desde las estaciones de bombeo a los lavapiés en las playas del litoral afectadas por el temporal.
- Ejecución de 20 unidades de pozos de captación con un total de 775 ML de perforación para extraer el agua del mar para las estaciones de bombeo que la impulsan a los lavapiés.
- Suministro de 90 grupos de recogida selectiva de residuos con un total de 270 unidades de papeleras y 156 cubos interiores para papeleras para reposición de las desaparecidas por culpa del temporal.
- Suministro e instalación de 353 cimentaciones para elementos higiénicos (duchas y lavapiés) en sustitución de los dañados por el temporal.
- Suministro e instalación de 146 lavapiés y 20 duchas para sustitución de las pérdidas o desaparecidas, así como la reparación de 1567 lavapiés dañado y deteriorados por el ímpetu de los fenómenos costeros.
- Retirada de 64 áreas lúdicas (juegos infantiles y juveniles, áreas biosaludables, vóley-playa, etc) por los graves daños sufridos y la imposibilidad de proceder a una reparación de los mismos.
- Suministro de 4.000 ML de pasarelas de varios anchos (435 ML de pasarela desmontable, 1060 ML de pasarela de ancho 1.20 metros y 2605 ML de pasarelas de ancho especial 2.40 metros) para reposición de las pérdidas y roturas ocasionadas por el temporal.

## 4.2. INFRAESTRUCTURAS DE CDT

### 4.2.1. Mejora de las instalaciones, su adecuación y actualización a la normativa aplicable

Actuaciones de mejora de las instalaciones, adecuación y actualización normativa de las instalaciones para que los CdT's de Castellón; Valencia; Gandia; Denia; Benidorm; Alicante y Torrevieja, sigan siendo un referente del sector turístico, manteniendo las condiciones de seguridad.

**CdT de Valencia:** Se ha concluido la adecuación y mejora de los medios audiovisuales del Salón de Actos y de otras aulas del Centro tras la correspondiente licitación, lo que ha supuesto una actualización de los equipos existentes que repercutirá en la calidad audiovisual de estos espacios, así como la emisión en plataformas web que cada vez tiene más importancia.

Por otra parte, se ha realizado la sustitución de todo el alicatado de los 12 aseos ubicados en la caja de escalera del CdT de Valencia, así como de las mamparas divisorias que forman las cabinas de los aseos. De este modo se ha dotado a los aseos de dos necesidades básicas: salubridad e intimidad, ya que gran parte del alicatado de los mismos había caído o estaba cayendo, por lo que muchos de esos aseos estaban clausurados para evitar posibles accidentes, además, las mamparas al ser de hierro, estaban oxidadas y a su vez dilatadas, impidiendo así que pudiesen cerrarse, imposibilitando de este modo la privacidad, aspecto para el que se requieren.

**CdT de Torrevieja:** Se ha realizado la obra de sustitución de la envolvente (fachadas y cubierta). Con esta intervención se han solucionado los problemas de filtraciones de agua a través de la cubierta, así como se ha mejorado considerablemente la habitabilidad del edificio al dotarlo de ventilación natural y de control térmico en la zona de administración. Esta actuación, a su vez, facilitará un ahorro energético dados los materiales utilizados en la ejecución.

A su vez, en ese mismo centro se ha realizado el movimiento de los equipos de climatización en la cubierta del edificio y la sustitución de los conductos y valvulería de los mismos ya que se encontraba deteriorada.

**CdT València, Alicante y Torrevieja:** Se ha concluido la instalación de sustitución de los equipos de climatización de estos tres centros. Para estos centros la renovación ha supuesto la sustitución de las unidades de producción (frío y calor) por equipos actualizados más eficientes y la incorporación de un sistema de telegestión para el control de las nuevas unidades, además de utilizar gases refrigerantes de menor repercusión ambiental.

**CdT de Denia:** Se ha intervenido en la mejora de la instalación de calefacción y ACS del CdT con la obra de sustitución del colector de calefacción y ACS debido a averías sucesivas que impedían disponer de ACS y que dicha instalación ha sobrepasado su vida útil. La actual instalación se realiza en plástico PPR lo que alarga la vida útil de la instalación.

Tras los daños ocurridos en 2020 por la DANA en septiembre de 2019, se realizaron distintas actuaciones de emergencia para devolver el edificio a su estado original. En primer lugar y de forma inminente se cerraron los huecos que había dejado el tornado al arrancar distintas ventanas del edificio. Posteriormente, se realizaron las labores de reconstrucción del edificio, así como otras contrataciones menores relacionadas con la instalación contra incendios, ventilación de cocinas, y otros.

Durante el 2020, se ha realizado la fijación de una zona dañada en el techo exterior del acceso peatonal al CdT, y tras observar la mejor solución para la reparación o sustitución de las persianas de exterior del edificio (ampliamente afectadas) se ha iniciado una licitación pública que concluirá con la sustitución de las persianas y otra actuación en el año 2021.

#### 4.2.2. Centro de Desarrollo y Aceleración Turística de València

El centro concentrará, en un mismo espacio turístico-administrativo, los diferentes departamentos en los que se organiza Turisme CV junto con espacios destinados a facilitar el trabajo de los agentes turísticos valencianos, potenciando de esta forma la gobernanza compartida y la generación de sinergias en beneficio del turismo valenciano.

Dado que durante la ejecución de la excavación en sótanos se observó que la cimentación del edificio del CdT actual no se correspondía con la reflejada en los planos del mismo, y el riesgo que suponía dejar el edificio actual descalzado, se continuó la ejecución de la obra durante el 2020 mientras se redactaba el proyecto modificado. Durante el año 2020 se ha finalizado la ejecución de la cimentación del edificio y se ha realizado parte de la estructura del mismo.

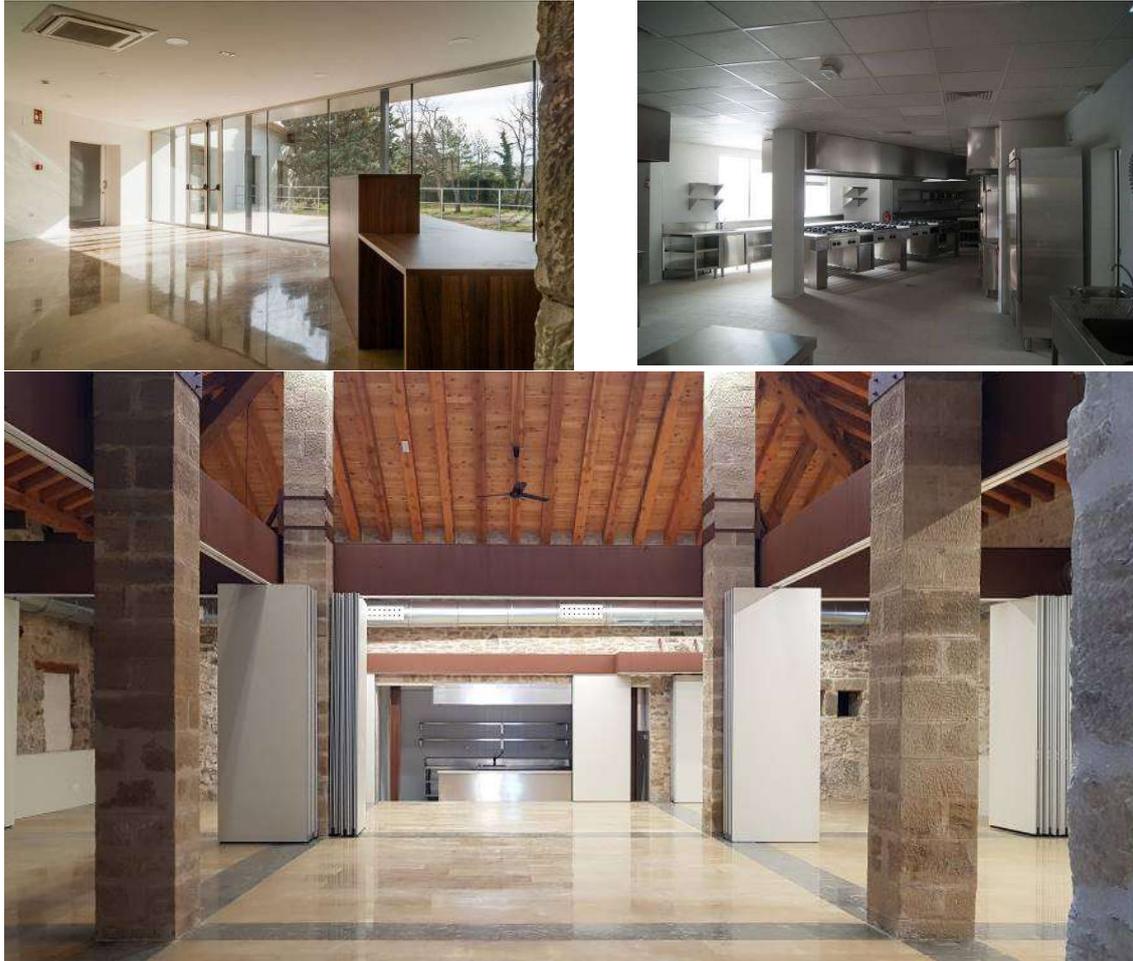
### 4.3 OTRAS ACTUACIONES

#### Instalaciones del complejo Fábrica Giner

Único conjunto arquitectónico de colonia industrial que existe en toda la comarca de Els Ports. El complejo, adscrito a Turisme CV, cuenta con varios inmuebles que ofrecen las características óptimas para albergar las infraestructuras y servicios necesarios para implementar actuaciones de diversa índole a favor de la cualificación, el desarrollo y la competitividad de las empresas, servicios, productos y destinos turísticos de interior de toda la Comunitat Valenciana.

**Hotel – Escuela “Fábrica Giner”:** Durante el 2020 se han realizado trabajos de reparación de distintos aspectos que se ha comprobado, al empezar la actividad en el centro, que no funcionaban correctamente o que era incorrecta su ejecución y/o diseño.

Tras las obras de inversión en varias naves, en 2020 se contrató el proyecto para la urbanización del complejo fábrica de Giner, que supone la realización de las redes de acometida de agua, saneamiento y depuración, iluminación, así como la demolición de un inmueble en ruina y la reconstrucción de otro. Durante el 2020 se ha licitado la ejecución del proyecto de urbanización, e iniciado la obra a finales de 2020, teniendo prevista su conclusión en 2021.



**Encomienda de gestión con el Ayuntamiento de Morella para el mantenimiento de la Fábrica Giner:**

El 24 de julio de 2017 se firmó un convenio marco entre el ayuntamiento de Morella y Turisme CV que ampara la encomienda, suscribiéndose el convenio específico para la anualidad de 2020 el 5 de agosto.

**Centro de día del Azud de Tuejar:** Tras varias conversaciones con el Ayuntamiento de Tuejar, a finales de 2019 se ha recibido la solicitud donde el Ayuntamiento manifiesta su interés para la adecuación del inmueble como restaurante, materializándose en una orden de trabajo al Servicio de infraestructuras. Durante el 2020 se ha realizado un proyecto de rehabilitación integral del inmueble y entorno, estando pendiente para el 2021 la validación de los oportunos compromisos entre el Ayuntamiento y Turisme, como paso previo a la licitación y ejecución de la correspondiente obra.

**Nueva Tourist Info del Puerto en Alicante:** Las obras finalizaron en junio de 2020, poniéndose a disposición del Ayuntamiento de Alicante en el mes de agosto de ese 2020. Actualmente, la oficina de turismo se encuentra en funcionamiento.

**Convenios específicos con Aras de los Olmos, Cortes De Pallás, Valencia y Tirig para la creación y adecuación de recursos turísticos Cap VII de inversión:** Durante la anualidad 2020 se han formalizado 4 convenios nominativos con los citados Ayuntamientos para la puesta en valor de recursos turísticos.

Dichos convenios han supuesto actuaciones de inversión para la creación, mejora y adecuación de recursos turísticos existentes. Los 4 convenios se han justificado en diciembre de 2020. El de Requena está pendiente de la confirmación de la Dirección General de Cultura, al actuarse sobre un entorno protegido como BRL.

**Convenios específicos con Requena y Alcoy:** El proyecto a ejecutar en Alcoi se realizó durante el 2020. Estando actualmente pendiente de remisión a la oficina de supervisión de proyectos de la Conselleria de Hacienda.

**Señalización SISTHO:** Tras la inclusión en 2020 de 8 nuevos recursos / destinos en el catálogo de SISTHO, y la recepción del informe de la DG de Carreteras del Estado sobre las condiciones técnicas necesarias para la instalación de las oportunas señales bajo el SISTHO, se ha procedido a la contratación de un proyecto de obra para la señalización de 9 recursos / destinos (se añade Vinaròs ya incluido en el catálogo SISTHO pero que solicitaba cambios por nuevas variantes). El proyecto iniciado a finales de 2020, finalizará a mediados del 2021, permitiendo el inicio de la licitación de la obra que concluya con su instalación.

## 4.4. ASESORAMIENTO E INFORMES PRECEPTIVOS

### 4.4.1. Asesoramiento

En 2020 se colaboró con otros Servicios para aspectos tales como la intervención para la mejora y adecuación de instalaciones, colaboración en la redacción de pliegos de carácter técnico que afectan a instalaciones, concursos de suministros energéticos, etc. y en particular:

**Suministro de Electricidad** a los edificios de Turisme, tales como CdTs, Invattur, OIT de València, Almacén y Fábrica de Giner: Se participa en los aspectos técnicos y asesoramiento requerido por el Servicio Promotor del contrato, así como ante consultas respecto a los costes o previsión de gasto relacionado con este suministro.

**Suministro de Gas Natural** para 4 CdTs (Castellón, Valencia, Denia y Torrevieja) que disponen de gas natural canalizado: Se participó en la elaboración de la documentación técnica para la licitación de GN desde junio de 2020.

**Mantenimiento y mejora de instalaciones:** La participación se circunscribió en el asesoramiento de actuaciones de mejora o correctivas respecto a los informes de revisión e inspección periódicas de instalaciones, que han sido contratadas, o desde los propios edificios.

#### 4.4.2. Informes preceptivos

Con el objetivo de cumplir con las obligaciones de información a requerimiento de diversos organismos en relación a:

- Asistencia técnica e informe de actuaciones de temporada promovidas por los ayuntamientos de la Comunitat Valenciana en zonas de dominio público marítimo terrestre
- A petición de las Consellería d'Agricultura, Desenvolupament Rural, Emergència Climàtica i Transició Ecològica, competente en materia de vertidos al mar y otras actuaciones que pudieran tener impacto turístico en la Comunitat Valenciana. Se emitieron 6 informes sobre estas materias u otras análogas a lo largo de 2020.
- Informes para la solicitud de autorización a los Servicios Provinciales de Costas para la reinstalación de la infraestructura turística y lúdico-deportiva de Turisme CV instalada en las playas de la Comunitat Valenciana.
- Asimismo, durante 2020 se emitieron 146 informes para los Servicios Provinciales de Costas en las tres provincias, pertenecientes al Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico.



5

## FORMACIÓN E INNOVACIÓN TURÍSTICA

## 5.1. ACCIONES DE FORMACIÓN TURÍSTICA

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

- formación continua
- formación ocupacional (para el empleo)

Las cifras totales para el 2020, en cada una de las líneas de formación fueron las siguientes:

	FORMACIÓN CONTINUA	FORMACIÓN OCUPACIONAL	TOTAL
Nº de cursos	376	225	601
Nº de participantes	6.468	4.589	11.057
Horas de formación	4.160	14.171	18.331

Por provincias, la actividad formativa se distribuyó como sigue:

	CASTELLÓN	ALICANTE	VALENCIA	TOTAL
Nº de cursos	54	231	316	601
Nº de participantes	751	2.932	7.374	11.057
Horas de formación	2.107	9.340	6.884	18.331

### 5.1.1. 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.

Durante el año 2019 y 2020 se ha apostado por traer grandes figuras de todos los ámbitos del conocimiento para poder aportar un valor adicional al curso y transmitir el conocimiento a los profesionales. Cocineros de gran prestigio, especialistas en marketing y comunicación de primer orden, así como profesores y catedráticos de cada ámbito de la formación para guías han sido las mejores bazas de los cursos de formación continua 2020.

En este año, en la Red de Centros se realizaron 376 cursos de formación continua, que contaron con 6.468 participantes, y supusieron 4.160 horas de formación.



### 5.1.1. 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 dirigido 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 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 2020 se ofertó prácticamente todo el catálogo de certificados de profesionalidad. Durante 2020, fueron 328 los cursos de formación profesional para el empleo impartidos, con 4.589 participantes y 14.171 horas de formación.

## 5.2. EL TURISMO DE INTERIOR Y LA NUEVA CONFIGURACION DE LA RED DE CDT'S

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

Durante este año 2020, la Red de centros ha apostado de manera definitiva por el turismo de interior, ampliando tres nuevos Cdt's ubicados estratégicamente en localidades con gran presencia en este tipo de turismo en las tres provincias de la Comunidad Valenciana: Morella (Castellón), Alcoy y Elche (Alicante), así como la aprobación del proyecto y el inicio de las obras del Cdt de Requena (Valencia).

Tras las obras de rehabilitación de las naves del Tinte y de los Telares en la Fábrica Giner, así como los edificios que albergaban la casa del propietario, la Casa Giner, junto a la escuela y las caballerizas, han dado lugar al nuevo **Centro de Turismo de Morella-Els Ports**, una residencia escuela, que se encuentra en un entorno idílico, rodeado de naturaleza, dotado de las más modernas instalaciones, donde el alumnado disfrutará de una metodología de aprendizaje, etc.

A su vez, **Centro de Turismo de Interior y de Innovación de Alcoy** posibilita la profesionalización y la mejora de los servicios turísticos y de las empresas del interior a través de la formación y la innovación, permitiendo, de este modo, la mejora de las condiciones de vida y el bienestar de la población local y generando riqueza. El Convenio marco entre Turisme Comunitat Valenciana y el Ayuntamiento de Alcoi contempla tanto la restauración del futuro edificio como su puesta en marcha, en la Isla de Rodés. Desde marzo del 2020 se inicia la actividad, en las instalaciones del CIP de FP BATOI, y se ofertan cursos en otras instalaciones y municipios de su área de influencia. Fruto del Convenio marco entre el Ayuntamiento de Elche y Turisme Comunitat Valenciana, nace el **Centro de Turismo de Elche**, que imparte su formación en las instalaciones de la Escuela Municipal de Hostelería. Ubicado en el Polígono Industrial de Carrús, en la calle Cauce, en el mismo edificio en el que se enclava el Centro de Desarrollo Empresarial “Elche Emprende”, un área de servicios del Ayuntamiento de Elche que ofrece espacios de trabajo para que asociaciones empresariales puedan fijar su sede y desarrollar sus actividades.

A través del fomento y puesta en marcha de actividades innovadoras de la actividad económica en el municipio, se pretende desarrollar un tejido empresarial complementario del existente en la estructura económica actual del municipio de Elche. La instalación está dotada de todo el mobiliario y material necesario para impartir cursos relacionados con la hostelería y el turismo, permitiendo al alumnado obtener el correspondiente Certificado de Profesionalidad, lo que facilita la inserción laboral de los demandantes de empleo de Elche y su comarca.

Por último, se encuentran en marcha el proyecto y próximamente el inicio de las obras del **Centro de Turismo de Requena**, que será ubicado en la Casa de los Pedrón, en el barrio medieval de la villa y que contara con aulas de cocina, de cata y repostería. Se tratará del primer Cdt de interior en la provincia de Valencia.

Además de la ampliación de los nuevos Cdt's de interior se suma, como lleva siendo habitual, la actividad formativa en los municipios de interior de la Comunitat Valenciana, agrupada a través del concepto "CdT de Interior", caracterizada por coordinar y desarrollar toda una serie de actuaciones formativas, allá donde el área de influencia de los centros presenciales no puede alcanzar su radio de acción. Atendiendo a las necesidades de estos espacios turísticos de la Comunitat Valenciana, a través de las solicitudes que cursan ayuntamientos, asociaciones empresariales turísticas y ADL'S, se realizan actuaciones formativas in situ, atendiendo a criterios cualitativos sobre los cuantitativos.

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

	CASTELLÓN	ALICANTE	VALENCIA	TOTAL
Cursos	24	16	15	55
Horas	354	444	160	958
Alumnos	303	200	213	716

A pesar de la complicada situación provocada por el Covid 19, se han podido realizar distintos cursos presenciales con actividad al aire libre, a destacar los de contenido sobre ornitología o de Paddle surf en ríos, con una enorme aceptación, y que han podido ser ejemplo de continuidad en este tipo de formación.



### 5.3. LA IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN ONLINE EN EL AÑO DEL COVID'19

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

	CURSOS	HORAS	PARTICIPANTES	PARTICIPANTES DIRECTAMENTE INSCRITOS A TRAVÉS DE LAS PLATAFORMAS WEBINARS
Cdt e-Formación	200	2.052	4.037	+ de 16.000

### Campañas de cursos tras el Covid'19

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

Estas campañas han sido las siguientes:



Esta campaña, iniciada en abril 2020, consistía en una serie de cursos que afrontaban distintos retos a los que se enfrentaba en aquel momento cada uno de los distintos tipos de empresa turística. Los cursos, en formato webinar y abiertos a todos los interesados del sector, fueron los siguientes:

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



El programa formativo *«Prepárate para Volver»* se realizó con el fin de garantizar la mayor seguridad posible en la reapertura de la actividad en la empresa turística. Se realizaron 61 webinars durante el mes de mayo 2020, seminarios online específicos dirigidos a cada subsector turístico, en colaboración con todas las asociaciones profesionales turísticas de la Comunidad Valenciana, ofreciendo información y recomendaciones sobre organización, prevención e higiene en cada negocio: restaurantes, bares, cafetería, salones de banquetes, hoteles, agencias de viaje, oficinas de turismo, turismo activo, submarinismo, guías turísticos y ocio nocturno.

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



Volver Mejores fueron una serie de cursos dirigidos a preparar al sector turístico a enfocar sus negocios a la nueva realidad, ayudarle a formarse y aprovechar sus puntos fuertes y atraer hacia su negocio las ganas de viajar y la confianza en la seguridad de los espacios turísticos profesionales que siguen vivas en la sociedad.

## 5.4. OTRAS ACTUACIONES

### Colaboración con INVAT.TUR

Asimismo, la búsqueda de la calidad y de la excelencia continuó siendo un objetivo prioritario en los ámbitos de la actividad investigadora y de innovación tecnológica. Las colaboraciones con el INVAT.TUR se han materializado en los siguientes programas:

- Programa específico de formación para gestores de destinos turísticos inteligentes (primer programa de este tipo a nivel nacional), con un curso presencial en CdT Morella sobre "Fundamentos para la gestión de DTI".
- Programa de formación en Smart Marketing para empresas y destinos turísticos, con un curso presencial en CdT Morella sobre "Introducción al Marketing Digital y al Social Media Marketing en Turismo".



**-Curso “Optimización de la presencia en Redes Sociales de los destinos turísticos” con ediciones en los CdTs de València, Castelló, Alcoi y Elx.CdTJobs: Portal de empleo turístico:**

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.

Al cierre de 2020 se alcanzaron 4798 usuarios; de los cuales 4434 son alumnos demandantes de empleo y 364 empresas que publicaron 61 ofertas de empleo.

**Canal CdT Televisión:** El Canal CdT Televisión, plataforma multimedia y canal formativo que permite visualizar los cursos grabados en directo de los cuatro centros como hemeroteca.

**Apoyo a iniciativas de promoción y difusión:** La presencia activa de la Red CdT y su imbricación en el sector turístico de la Comunitat Valenciana queda reflejada, igualmente, en las actuaciones complementarias a las acciones formativas desarrolladas por la red, con la participación en diferentes actos de promoción turística tales como ferias, workshops, showcookings, etc. Mientras no lo ha impedido la situación actual.

Se trata de una labor de apoyo a iniciativas de promoción desarrolladas por instituciones y asociaciones empresariales de la Comunitat Valenciana, que favorece la aproximación al colectivo empresarial a través de la participación activa de los alumnos de formación profesional para el empleo. 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 2019, 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 concienciación en materia turística.

**Cocinas solidarias:** Durante el tiempo de confinamiento, desde abril 2020, han sido varias las asociaciones sin ánimo de lucro que han utilizado las cocinas de los centros para la realización de menús solidarios.

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

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

## 5.5 ACCIONES DE INNOVACIÓN TURÍSTICA

La situación tan devastadora provocada por la pandemia de la Covid19, abocándonos en un principio a un confinamiento total y la consiguiente paralización de la economía a nivel global y de los desplazamientos turísticos, ha tenido la lógica consecuencia sobre las actividades y acciones emprendidas desde el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat·tur).

No obstante, la incorporación de herramientas digitales y el empleo de medios telemáticos han permitido mantener durante el año 2020 las actuaciones dirigidas al fomento de la innovación, la investigación y la transferencia de conocimiento a todo el sector turístico de la Comunitat Valenciana:

- Apuesta por los procesos de transformación digital de empresas y destinos.
- Impulso a la gobernanza público-privada en materia de innovación.
- Intensificación de la colaboración desde todos los ámbitos: administración, asociaciones, universidades, empresas privadas, centros de investigación, etc.
- Continuidad de los programas de investigación, innovación y transferencia de conocimiento con universidades valencianas y otros centros de conocimiento.
- Aplicación de herramientas de inteligencia turística e incorporación de los datos como aspecto fundamental en la gestión de los destinos turísticos inteligentes.

Los ejes de actuación del Invat·tur se han consolidado con los programas y actuaciones de la Oficina de Asistencia Técnica a Destinos Inteligentes de la Comunitat Valenciana como ente coordinador de proyectos de transformación de los destinos, y la constitución de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes (primera comunidad autónoma en tener una Red propia), como marco de relaciones entre destinos para la creación de sinergias entre los mismos, así como con empresas y entidades turísticas de la Comunitat Valenciana, cuyo objetivo, en un entorno colaborativo de aprendizaje, es generar transferencia de conocimiento entre sus miembros para facilitar la evolución de la planificación y gestión de los destinos turísticos en base al modelo DTI CV.

Por otra parte, desde Invat·tur se ha seguido apostando por los procesos de transformación digital de empresas y destinos, con el objetivo de mejorar la competitividad del modelo económico-turístico de la Comunitat Valenciana, a través de la capacitación de los profesionales del sector en la integración de soluciones digitales y tecnologías innovadoras en los procesos de valor de empresas y destinos.

De forma más detallada, las principales líneas de trabajo del instituto durante 2020 fueron las siguientes:

#### Oficina DTI

- Puesta en marcha de las actuaciones vinculadas a la Oficina de Asistencia Técnica a Destinos Inteligentes de la Comunitat Valenciana, con acciones concretas en Vall de Pop, La Nucía, Alcoi, Cullera, Gandia, Alicante-Tabarca, Tavernes de la Vallidigna, Villalonga, Onda, Villena, Altea, Oliva, Guardamar, Alcossebre, Orihuela, Santa Pola, entre otros destinos.
- Consolidación de la Red de Destinos Inteligentes de la Comunitat Valenciana (Red DTI-CV), que cuenta ya con la adhesión de 72 destinos, además de empresas y entidades tecnológicas y universidades valencianas.
- Reuniones de grupos de trabajo de la Red DTI-CV sobre marketing online, sostenibilidad, accesibilidad, supramunicipal y sistemas de información, y celebración de Asambleas ordinarias y Extraordinarias.
- Participación en eventos sobre Turismo Inteligente: I Curso de Dirección y Gestión de Destinos Turísticos Inteligentes organizado por Segittur y la Universidad de Alicante, Encuentro de Destinos Turísticos Inteligentes de Castellón (Peñíscola), webinar sobre “Metodologías de análisis e información en destinos inteligentes”, organizado por la Red DTI de Segittur, Reunión extraordinaria y Comisión Plenaria de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes.
- Participación en foros nacionales e internacionales para la transferencia de conocimiento en materia de desarrollo tecnológico e innovación e internacionalización de la estrategia DTI-CV: Feria Internacional de Destinos Inteligentes -Argentina-, curso sobre Destinos Turísticos Inteligentes para Centroamérica organizado por Segittur y la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), Digital Tourist 2020-Ametic-, etc.
- Organización del II Congreso Tur4all- Accesibilidad de Destinos Inteligentes, en el marco del convenio con Predif.
- Coorganización de la Feria Internacional de Destinos Inteligentes –Argentina, en el marco la colaboración con la Red DTI de Argentina.

- Nueva edición del programa específico de formación para gestores de destinos turísticos inteligentes (primer programa de este tipo a nivel nacional), con un curso presencial en CdT Morella sobre “Fundamentos para la gestión de DTI”.
- Actividades vinculadas al seguimiento del convenio con SEGITTUR (única Comunidad Autónoma con un convenio específico para el apoyo de acciones referidas a DTI).
- Continuación de las actuaciones vinculadas al Programa de formación en Transformación Digital para empresas y destinos turísticos.
- Nueva edición del Programa de formación en Smart Marketing para empresas y destinos turísticos, con un curso presencial en CdT Morella sobre "Introducción al Marketing Digital y al Social Media Marketing en Turismo".
- Organización de Curso sobre Big data para destinos turísticos (continuidad del especialista universitario en big data organizado anteriormente con la UMH).
- Redacción del estudio sobre Nuevos modelos de gestión del marketing en destinos turísticos
- Redacción del manual para la adaptación de los destinos turísticos al cambio climático
- Redacción de manual sobre sostenibilidad en destinos turísticos inteligentes
- Redacción de manual sobre accesibilidad en destinos turísticos inteligentes
- Redacción de manual sobre sistemas de información en destinos turísticos inteligentes
- Redacción de manual sobre gobernanza en destinos turísticos inteligentes
- Redacción de ebooks sobre proyectos piloto desarrollados en el marco de la Red DTI-CV

Además, desde Turisme Comunitat Valenciana, a través del Invat-tur, se está trabajando en la redacción definitiva del Plan Estratégico de Turismo de la Comunitat Valenciana 2020-2025, que debe servir de hoja de ruta para consolidar a la Comunitat Valenciana como un destino turístico auténtico, seguro, elegido por su carácter hospitalario, su estilo de vida mediterráneo y sus valores éticos, gestionado de manera colaborativa y corresponsable, orientado hacia su transformación en territorio inteligente (inclusivo, innovador y sostenible), y ahora, más que nunca, resiliente. Y para ello se ha incorporado una línea estratégica sobre seguridad y resiliencia turística que derivará en unos programas y actuaciones de justificada relevancia en el momento actual, y que deberían facilitar la transición hacia una nueva situación de equilibrio y normalidad.

### 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 de la Comunidad Valenciana a las tendencias del mercado y evolución tecnológica, se han llevado a cabo y/o continuado con los siguientes proyectos:

- Smart Data Office: el principal objetivo de este proyecto es la recopilación y análisis de información que permita tener una visión clara del perfil y el comportamiento del turista que visita la Comunitat Valenciana.
  - o Licitación de la contratación de servicio de un Sistema de Inteligencia Turística de la Comunitat Valenciana (DATATUR4CV).
  - o Publicación de informes de inteligencia de mercado a través de plataformas de análisis de big data para la detección de tendencias y comportamientos de los

turistas, ofreciendo información relevante sobre el turismo en la Comunitat Valenciana que facilite la toma de decisiones y permita a los agentes implicados mejorar su competitividad: Covid-19, Índices Turisme Comunitat Valenciana, Mercados Turísticos, Productos Turísticos, Alojamiento Turístico, Capacidad Aérea, Estadísticas de Turisme, Estadísticas del INE.

- Participación con Necstour en el proyecto TOT LAB, proyecto europeo que pretende facilitar a los destinos y pymes el análisis de datos generados por el uso de internet y de los dispositivos móviles por parte de los turistas, con el fin de que puedan mejorar la toma de decisiones en este ámbito.
  - Participación como data provider en el proyecto REACH, una incubadora europea de segunda generación para empresas emergentes y pymes basadas en datos, que tiene como objetivo facilitar el desarrollo de soluciones innovadoras, fiables y seguras para el turismo.
  - Monitorización de las marcas turísticas con el objetivo de conocer las menciones, identificar influencers, conocer la audiencia, comparar y estudiar a sus competidores, analiza tus sitios web, dinamiza tus eventos. Gracias a ello se ha podido ayudar a la gestión en momentos clave para la comunicación de Turisme Comunitat Valenciana.
  - Creación de Biontrend en colaboración con la patronal hotelera Hosbec, la nueva herramienta de inteligencia de negocio con la que se pueden consultar datos de ocupación, ingresos, pernoctaciones, reservas y tarifa media diaria de los hoteles, entre otras informaciones.
  - Colaboración con la Conselleria de Innovación para la creación de “Playas seguras CV”, panel de Business Intelligence con los datos de la Covid, información sobre el aforo de las playas, así como diferentes indicadores turísticos.
- Renovación del sistema de vigilancia tecnológica especializado en materia de destinos inteligentes. Invat·tur se ha convertido en el primer centro de España con la certificación AENOR de especialización en DTI, como unidad de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva (norma UNE 166.006 de Gestión de la I+D+i: Sistema de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva). Invat·tur ofrece este servicio de información especializado en materia de gestión turística inteligente a través de un boletín y contextualizado en el marco de la estrategia de destinos turísticos inteligentes de la Comunitat Valenciana. Los resultados que ofrece dicha herramienta no sólo permiten ampliar el conocimiento sobre las tendencias actuales en materia de gestión inteligente, sino que están asociados a los diferentes ejes sobre los que pivota el modelo de destino turístico inteligente de la Comunitat Valenciana, ofreciendo así información específica que sirve para el desarrollo de nuevas soluciones tecnológicas y de nuevos modelos de gestión turística. La certificación por la norma UNE 166006 facilita al Invat·tur el proceso de toma de decisiones, a partir de una mayor explotación de los resultados extraídos de la observación y búsqueda de novedades a partir de más de un centenar de fuentes de información especializadas, con el fin de convertir la información en conocimiento y transferirlo internamente a las diferentes áreas de gestión del centro y al propio sector turístico.
  - Participación en la elaboración del Ebook «Sistema de inteligencia turística», elaborado por el Grupo de Centros Tecnológicos en Turismo del ITH del que Invat·tur forma parte, y en el que se exponen las diversas oportunidades que ofrece la definición, desarrollo y puesta en marcha de los sistemas de inteligencia turística, aplicados a destinos turísticos y a empresas, con objetivos muy diversos, mostrando casos de éxito que sirvan para la puesta en marcha de este tipo de sistemas en otros destinos.

- Boletines Invat-tur (Boletín Invat-tur de Vigilancia Tecnológica, Boletín Invat-tur de Destinos Turísticos Inteligentes).
- Participación en foros de intercambio de experiencias en vigilancia competitiva: Curso de especialización en Inteligencia Estratégica para Organizaciones Innovadoras de la Universidad de Alicante. Invat-tur colabora en el programa de talleres/workshops de este curso de especialización a través del Observatorio virtual de transferencia tecnológica, en el apartado dedicado a casos y experiencias de vigilancia e inteligencia.
- Estudio sobre el grado de digitalización, resiliencia y sostenibilidad de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana.
- Estudio sobre la Inteligencia artificial y la ética aplicada al sector turístico, con el objetivo de ser la primera Comunidad Autónoma que tenga una guía sobre la materia.
- Preparación del “Pliego de condiciones técnicas” sobre la digitalización de Turisme Comunitat Valenciana.

### Proyectos I+D+i

Invat-tur desarrolla proyectos de I+D+i de manera autónoma o en colaboración con otros centros de investigación y universidades. De manera prioritaria, se plantean proyectos de investigación y transferencia de conocimiento, que garanticen la cooperación entre el Invat-tur, los diferentes centros de investigación y de conocimiento, los institutos tecnológicos y las empresas turísticas. Entre los proyectos desarrollados en 2020 por el Invat-tur cabe destacar:

- Coordinación del Plan Estratégico de Turismo de la Comunitat Valenciana 2020- 2025
- Participación en el “Erasmus+ programme for strategic partnership in the field of education, training and youth (Adult education and training)” con el proyecto «Introducing digitalisation for boosting SMEs in Tourism and Hospitality- DTour»
- Colaboración con la Cátedra de Estudios Turísticos “Pedro Zaragoza Orts” de la Universidad de Alicante.
- Colaboración con la Cátedra Ciutat de Cullera de la Universitat de València.
- Colaboración con la Cátedra Gandia Turismo Inteligente de la Escuela Politécnica Superior de Gandía.
- Colaboración con la Agencia Valenciana de la Innovación-AVI- (Diálogos Tecnológicos)
- Colaboración con Conselleria de Innovación y Distrito Digital para la promoción de soluciones tecnológicas para destinos turísticos.
- Visitas técnicas al Smart Lab, espacio experimental y expositivo donde tienen cabida aquellas herramientas tecnológicas de última generación que pueden ser utilizadas potencialmente por el sector turístico de la Comunitat Valenciana.
- Participación en el proceso de revisión de la Norma UNE 178503 Semántica Aplicada al turismo y de la UNE 178501 de Destinos Turísticos Inteligentes.
- Coordinación del grupo de trabajo sectorial “Actividades Turísticas” de la Agenda Estratégica de I+D+i del Turismo 2020 de Thinktur, ITH y Ministerio de Ciencia e Innovación.
- Publicaciones en revistas y congresos científicos:
  - Measuring the progress of Smart destinations: the use of indicators as a management tool. Journal of Destination Marketing and Management, Vol 19.

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

### Laboratorio de cocina

Cada vez es más evidente que la fusión entre gastronomía y ciencia es un factor clave para innovar en los restaurantes y ser o llegar a ser más competitivos. Desde el punto de vista científico, se pueden abordar más fácilmente los fenómenos que suceden en los fogones de las cocinas 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 2020 destacan:

- Impartición de contenidos del curso de Programa de Estudios Propios Máster de Arroces y Alta Cocina Mediterránea Aplicada de la Universidad de Alicante, a través del Centro de Gastronomía del Mediterráneo Gasterra.
- Participación en el Focus Group proyecto "Cadena de valores del Turismo Gastronómico en la CV" (Exquisit Mediterrani, Red CdT, Gasterra)

### Comunicación y transferencia de resultados

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

- Difusión de la actividad del Invat·tur en foros y jornadas a través de las universidades valencianas.
- Establecimiento de protocolos de colaboración con agentes turísticos.
- Desayunos Invat·tur:
  - La gestión inteligente de los flujos turísticos:nuevas herramientas para analizar la movilidad del turista en destino, con la empresa Kido Dynamics.
  - Neuroweb. La revolución del Marketing Digital en el sector turístico, con la empresa Quatechnion.
  - La gestión del marketing de los destinos turísticos ante el reto de la transformación digital, con la empresa Good Rebels.
- Webinars Data Driven:
  - Small Data para Small Pymes, con Juan Delgado DEO Camping Armanello
  - Ayudando a los destinos inteligentes a combatir COVID 19 con Travel Insights de Sojern.

- Visualización de datos: exprimir su potencial para la eficiente toma de decisiones, con Julia Bauneman.
- La disrupción en las organizaciones turísticas, un cambio necesario, con Ideas For Change.
- Webinars DTI CV:
  - La sostenibilidad como vector fundamental en los destinos turísticos inteligentes.
  - Soluciones tecnológicas para destinos turísticos, con Distrito Digital.
  - Tecnología e inteligencia: ¿hacia un modelo contact-less en destinos turísticos?, con Ametic y MB3 Gestión.
  - La gobernanza en desitnos turísticos inteligentes: un nuevo punto de partida, con la Universidad de Nebrija.
  - Buenas prácticas internacionales: Los modelos de Tequila y Montevideo.
  - Buenas prácticas internacionales: Sistemas de inteligencia y modelos de trabajo en red para una gestión turística inteligente en Argentina.
- Talleres de transformación digital:
  - Milenials y Centennials, ¿Cómo debe gestionar un destino turístico su presencia en Instagram?
  - PhyGi. Experiencia aumentada para revolucionar el Sector Turístico.
  - Webinar: Big Data en tiempos de crisis.
  - Webinar: Navegando la tormenta, indicadores clave para un rumbo de salida.
  - Webinar: Optimización de estrategias de email marketing para el sector turístico.
  - Webinar: Storytelling para el turismo; cómo comunicar a través de las historias.
  - Webinar: Aplicación de la inteligencia artificial al turismo tras el COVID 19.
  - Webinar: La transformación digital ya está aquí: claves para el sector turístico.
  - Webinar: herramientas y aplicaciones para estrategias efectivas en Instagram.
  - Webinar: Trasformación Digital para Hostelería.
- Publicaciones de resultados y conclusiones en jornadas y proyectos.
- Participación en programas formativos especializados: UMH, UA, etc.
  - XX Foro Internacional de Turismo de Benidorm: Turismo y Seguridad Sanitaria
  - Curso “Emprendo en Turismo” de la Universidad de Alicante (Cátedra Pedro Zaragoza Orts)
  - Colaboración con el Máster de Hoteles del Instituto Universitario de Investigaciones turísticas de la Universidad de Alicante
  - Participación en la Feria de Turismo de la Universidad de Alicante FUTUR V
- Potenciación de la presencia del Invat-tur en medios de comunicación generalistas y especializados.
- Participación en seminarios, jornadas y talleres.

## INVAT·TUR 2020 EN CIFRAS

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

Visitantes prof. / acad.	Asistentes desayunos Invat·tur	Asistentes Talleres / webinars	Asistentes grupos de trabajo online	Asistentes cursos especializados
113	110	4.191	224	141



Turisme CV, a través del Servicio de Producto y Territorio, tiene encomendadas las funciones desarrollo de estrategias para la configuración e impulso al producto turístico mediante acciones orientadas a la creación, difusión y comercialización de productos turísticos con base experiencial y capacidad desestacionalizadora.

Para ello en el primer trimestre de 2020 se dio continuidad a la estrategia CreaTurisme así como a la de ExperienciasCV, que tienen como objetivo final el apoyo a la creación y comercialización de estos productos turísticos. Asimismo, se ejecutaron acciones de promoción para la difusión de los mismos a través de la asistencia a ferias especializadas, acciones con prescriptores, elaboración de material promocional, etc.

A partir de la declaración de pandemia, el confinamiento forzado por el estado de alarma dictado el 14 de marzo, se reconvirtieron todas las acciones presenciales a nivel de promoción de producto (asistencia a ferias, organización de workshops, fram trips, press trips, reuniones con OTAs y otros operadores) como a nivel de gestión e impulso del programa (jornadas de sensibilización, acciones formativas, etc.) rediseñándolas y planteándolas en entornos virtuales.

En estas circunstancias el trabajo se centró mucho más en incrementar nuestra visibilidad online y en estrechar el contacto con el sector, mostrando una mayor cercanía a través de numerosas reuniones online y prestando asistencia remota constante a través de dispositivos móviles. También se estuvo en comunicación con los técnicos de producto de otros destinos, así como con operadores y medios de comunicación colaboradores internacionales para aportar información sobre la evolución del mercado turístico en los productos.

Además, se aprovechó ese periodo para mejorar las herramientas online propias y también colaborar con otros departamentos en la revisión y mejora de los contenidos del portal turístico de la Comunitat Valenciana.

## 6.1. PROGRAMA CREATURISME: ACTUACIONES CONJUNTAS

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

Además de continuar las tareas iniciadas el año 2019 derivadas de la adhesión de empresas turísticas valencianas al programa CreaTurisme, revisión del cumplimiento de los criterios de adhesión, mantenimiento bases de datos de operadores y medios especializados, elaboración de contenidos para la web del programa (<https://creaturisme.comunitatvalenciana.com>) y los distintos microsites de producto publicados así como para artículos de prensa. En 2020 se realizaron las siguientes acciones:

- **Adhesión de empresas CreaTurisme:** durante el año 2020 se formalizaron un total de 404 adhesiones al programa CreaTurisme, que alcanzó las 672 entidades adheridas (857 adhesiones). Por línea de trabajo se formalizaron 107 adhesiones a Mediterráneo Activo, 215 a Mediterráneo Cultural y 82 a Mediterráneo Natural-Rural.

- **Newsletters:** elaboración de contenidos y envío de 3 boletines mensuales online para las empresas adheridas a los tres ejes de CreaTurisme. En 2020 se produjeron y remitieron un número mucho mayor de boletines pues se han ido enviando en función de las necesidades de comunicación que implicaban las diferentes fases de la pandemia y las acciones realizadas.
- **Jornadas de formación online** bajo el título de webinars frente al COVID-19, donde en un tiempo record y antes que cualquier otra institución equivalente ofrecimos información y formación específica para hacer frente a la crisis provocada por el COVID-19. Estos cursos cubrieron una amplia temática, desde la fiscalidad y financiación hasta los aspectos laborales de la pandemia, pero también incluyeron formación para la creación de experiencias turísticas, aspectos de mejora en las empresas durante la crisis o como ganar visibilidad online o 5 claves para la empresa turística en tiempos de guerra. Todos estos webinars tuvieron muy buena acogida y las grabaciones están disponibles en <https://creaturisme.comunitatvalenciana.com/blog/formacion>



5 CLAVES PARA TU EMPRESA TURÍSTICA EN 'TIEMPOS DE GUERRA'  
Ponente: Javier Pet, CEO de Javier Pet Hospitality Advisors  
PDF 5 Claves para tu empresa en "tiempos de guerra"



- **Colaboración con el Área de Formación** para la realización de numerosos cursos para las empresas de los distintos sectores. El programa desarrollado por el Área de formación ha incluido más de 40 webinars relacionados con el COVID-19. Además, se programaron cursos específicos sobre determinados productos turísticos dirigidos a la mejora de competencias del sector empresarial, y que se han impartido a través de la red CdT.
- **Colaboración con el Área de Competitividad** para la convocatoria y resolución de ayudas directas frente al COVID-19 reguladas por el DECRETO 48/2020, de 17 de abril, del Consell, de aprobación de las bases reguladoras y de concesión directa de ayudas urgentes a personas trabajadoras en régimen autónomo, y pequeñas y medianas empresas del sector turístico afectadas por la crisis de la Covid-19.
- **Formación online** dirigida a mejorar e incrementar la calidad de las experiencias publicadas en la plataforma <https://www.experienciascv.es>
- **Workshops online entre empresas CreaTurisme y AAVV asociadas a AEVAV:** En el marco de la estrategia de apoyo a la comercialización y diferenciación de la oferta turística valenciana, se organizaron diferentes presentaciones/workshops online donde se dio a conocer a las agencias de viajes valencianas la variedad y calidad de los productos turísticos impulsados desde CreaTurisme.



- **Creación de presentaciones B2B** de las distintas líneas de productos para la promoción en mercados exteriores y su distribución a través de las OETs.
- **Asistencia a ferias generalistas:**
  - 2020 ha sido la quinta participación de Creaturisme en *Fitur* (22- 26 de enero, Madrid). La Comunitat Valenciana contó con un espacio con mostradores tematizados para cada uno de los cuatro grupos de producto (Activo-deportivo, Natural-rural, Cultural y Gastronómico), así como mesas de reunión, las cuales fueron utilizadas durante los días profesionales (miércoles a viernes) por más de 110 coexpositores (empresas del sector) y produjeron una cantidad estimada de 465 reuniones.
  - Navartur, celebrada en febrero contó con una presentación de todas las líneas de producto incluidas en Creaturisme, así como la participación en reuniones B2B y también a AAVV de la ciudad de Pamplona.
  - Este año no pudo celebrarse la Mostra de Turisme de la Comunitat Valenciana en València debido a las restricciones derivadas del Estado de Alarma.
  - Como novedad, en 2020 se acudió a algunas ferias online, tanto generalistas (Feria de Turismo organizada por el Corte Inglés, Fira de Cocentaina, Feria VRSpagna en Italia, Feria de las Comarcas, etc.) aunque los resultados en general no han sido destacados, especialmente las ferias dirigidas a público final no han respondido a las expectativas creadas.



### 6.1.1 Experiencias CV

En 2020 se ha continuado con el proyecto Experiencias CV, iniciado en 2017, que constituye una plataforma abierta online y offline para la promoción y comercialización de experiencias turísticas que tienen lugar en la Comunitat Valenciana. Se ha mejorado en lo posible la funcionalidad de la plataforma, permitiendo la edición continua y directa, en tres idiomas (castellano/valenciano/inglés) por parte de las empresas turísticas e impulsando la actualización de la información para asegurar la validez del contenido de las propuestas durante el año 2020.

Una selección de ofertas experienciales creadas por las empresas adheridas a CreaTurisme en sus distintas líneas se incluyeron también en las páginas home de todos los microsites de producto, además de potenciar su visibilidad en la plataforma de Experiencias CV.



**Material Offline:** Distribución de los catálogos de experiencias impresos a final del año 2019 y que incluyen 325 experiencias repartidas en siete catálogos temáticos en castellano e inglés (con el objetivo de difundirlos en la red Tourist Info y los certámenes nacionales e internacionales en los que participe Turisme CV) bajo los siguientes títulos:

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



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

**Material online:** Los soportes online de la plataforma ExperienciasCV incluyen la totalidad de las experiencias publicadas por las empresas, alcanzando las 800 a 31 de diciembre de 2020, lo que supone un incremento de 200 con respecto al año anterior. En los soportes online la información se ofrece en tres idiomas (castellano, valenciano e inglés) y permiten una actualización continua, posibilitando la inclusión de nuevas empresas y experiencias, así como la actualización de los datos de las existentes. Los soportes online son los siguientes:

- Web [www.experienciascv.es](http://www.experienciascv.es)
- App móvil para dispositivos Android e IOS.

La plataforma web recibió en 2020 más de 40.000 visitas, lo que supone un incremento de más del 25% con respecto a 2019. Cada visita ha visto una media de 3,25 ofertas y el porcentaje de rebote apenas supera el 6%. Casi el 65% de las visitas provenían de referentes y más del 25% de la búsqueda orgánica. La app nativa acumula más de 10.000 instalaciones en Android y otras tantas en IOS.

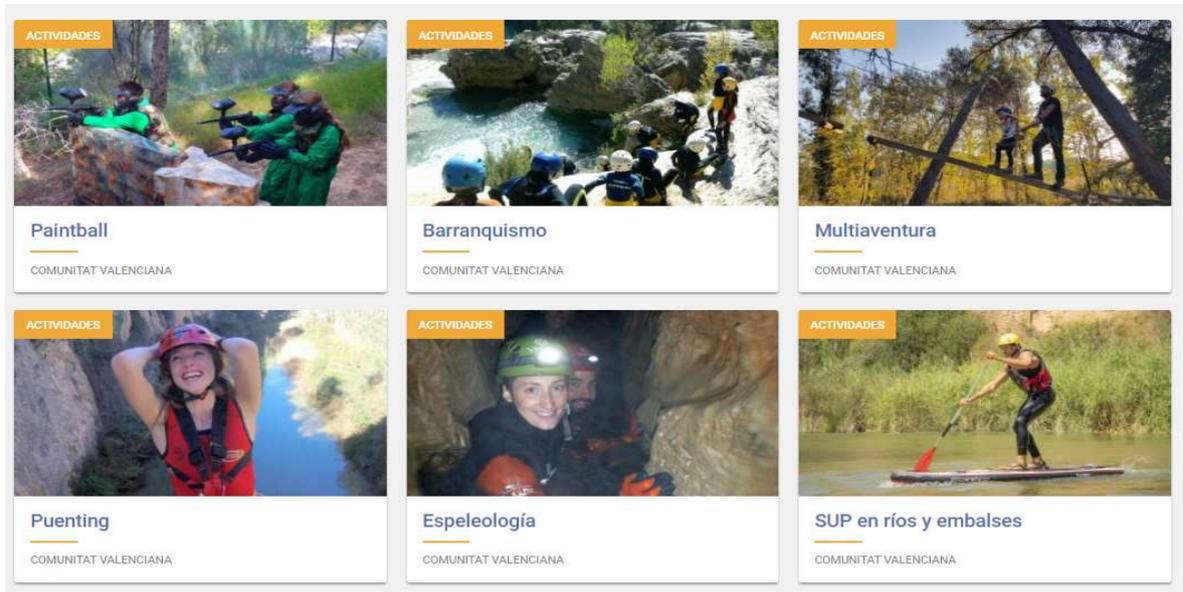
En cuanto a las preferencias de los usuarios en general están bastante compensadas, con una pequeña ventaja en el conjunto de las propuestas de turismo cultural sobre las de turismo activo y estas a su vez sobre las de rural y natural. Si buscamos las experiencias más exitosas cabe destacar el buceo en barcos hundidos en Sagunto o la Ruta del Grial con varios cientos de visualizaciones cada una.

**Microsites de producto:** Durante 2020 ha continuado el desarrollo de contenidos para su difusión a través de microsites para cada uno de los grupos de producto. Todas ellas se integran en una plataforma desarrollada a partir del CMS Drupal 8, por lo que cuentan con un sistema de gestión y estética similar, y concentran los contenidos disponibles sobre cada producto en un único espacio bajo una url propia, lo que mejora y facilita su posicionamiento.



Estos microsites incluyen información de los recursos turísticos vinculados a cada producto, también difunden las publicaciones en formato digital existentes, así como el material gráfico y audiovisual.

En 2020 se ha trabajado mucho en la mejora de los contenidos y en el funcionamiento general de la aplicación, preparando numerosos cambios, algunos de ellos ya implementados como el uso de una slider en la cabecera, que permite mostrar distintos recursos de forma muy destacada, una mejora en los estilos de textos e imágenes en todo tipo de recursos y otros que cambian incluso la estructura y que serán visibles a lo largo de 2021.



Los microsites también están vinculadas con la web de Experienciascv.com ya que incluyen las ofertas experienciales correspondientes con la temática del microsite, mostrándose solamente las ofertas ofrecidas por las empresas adheridas a CreaTurisme. Y por último incluyen un blog donde se abre la participación al sector turístico.

En 2020 se han mantenido activas 11 microsites:

- [www.ruta-seda.comunitatvalenciana.com](http://www.ruta-seda.comunitatvalenciana.com)
- [www.borgia.comunitatvalenciana.com](http://www.borgia.comunitatvalenciana.com)
- [www.ruta-grial.comunitatvalenciana.com](http://www.ruta-grial.comunitatvalenciana.com)
- [www.caminsdedinosaires.com](http://www.caminsdedinosaires.com)
- [www.agroturismo.comunitatvalenciana.com](http://www.agroturismo.comunitatvalenciana.com)
- [www.birding.comunitatvalenciana.com](http://www.birding.comunitatvalenciana.com)
- [www.ecoturismo.comunitatvalenciana.com](http://www.ecoturismo.comunitatvalenciana.com)
- [www.enoturismo.comunitatvalenciana.com](http://www.enoturismo.comunitatvalenciana.com)
- [www.activo.comunitatvalenciana.com](http://www.activo.comunitatvalenciana.com)
- [www.diving.comunitatvalenciana.com](http://www.diving.comunitatvalenciana.com)

- [www.cicloturismo.comunitatvalenciana.com](http://www.cicloturismo.comunitatvalenciana.com)
- [www.oliveresmillenaries.com](http://www.oliveresmillenaries.com) (en colaboración con Cataluña y la Mancomunitat Taula del Sénia).

Y también se han publicado 3 nuevas microsites:

- [www.nautica.comunitatvalenciana.com](http://www.nautica.comunitatvalenciana.com)
- [www.artecontemporaneo.comunitatvalenciana.com](http://www.artecontemporaneo.comunitatvalenciana.com)
- [www.learningspanish.comunitatvalenciana.com](http://www.learningspanish.comunitatvalenciana.com)

También se publicó una microsite con la información del programa bajo la url <https://creaturisme.comunitatvalenciana.com>. Este microsite incluye toda la documentación, así como los formularios para solicitar la adhesión a los distintos programas. También da visibilidad a las empresas adheridas.

Adicionalmente se desarrollaron contenidos para otras microsites: turismo musical y turismo deportivo. También se ha dado soporte a través de la herramienta para la generación de un microsite para el desarrollo del programa de turismo gastronómico L'Exquisit Mediterrani.

En conjunto, durante 2020 la red de microsites ha recibido un total de 53.700 visitas, con 2,2 páginas por sesión y una tasa de rebote del 54%. Más del 63% de las visitas provienen de búsqueda orgánica y un 10% de referentes. La duración de la sesión es de dos minutos y medio y los microsites más visitados han sido:

- [CreaTurisme con cerca de 15.000 visitas](#)
- [Birding con más de 6.500 visitas](#)
- [Cicloturismo con más de 5.500 visitas](#)
- [Ruta del Grial con casi 5.000 visitas](#)
- [Ruta de la Seda con 4.600 visitas](#)
- [Territorio Borgia con 4.300 visitas](#)

En total, durante 2020 se ha visto más de 116,000 páginas de los citados microsites.



## 6.2. ACTUACIONES POR PRODUCTOS

### 6.2.1. Mediterráneo Activo/Deportivo

**Náutico y acuáticas.** Entre las acciones desarrolladas en 2020 destacan:

#### Asistencia a Ferias especializadas

- *Virtual Valencia Boat Show* (del 28 octubre al 1 de noviembre, Valencia). Presencia en esta feria virtual con un pabellón dedicado a la promoción del turismo náutico en la Comunitat Valenciana. Turisme contó con el stand principal y coordinó otros 35 stands de empresas adheridas a CreaTurisme (grupo Turismo Náutico), principales asociaciones sectoriales (Agrupación de Puertos Turísticos de la Comunitat Valenciana, la Asociación de Centros de Buceo de la Comunitat Valenciana, CVActiva) y las marcas turísticas de Costa Blanca, Benidorm, Turismo Valencia, Alicante y Diputación provincial de Castellón.

En el marco de esta feria, también se participó en un workshop virtual para presentar la oferta de 13 empresas CreaTurisme.



## Presentaciones del producto

- *Boot* (18 enero, Düsseldorf, Alemania): Presentación de la Comunitat Valenciana como destino de turismo náutico en el stand de Puertos del Estado. La presentación se realizó en colaboración con la Agrupación de Puertos Deportivos y Turísticos de la Comunitat Valenciana. La feria *Boot Düsseldorf* es la feria de turismo náutico más grande del mundo.

## Formación al sector

- *Webinar “Adaptación para reapertura post Covid19 de los puertos turísticos”*. Sesión formativa integrada en el programa “Prepárate para volver” impartido por la red CdT. Coordinación de contenidos y ponentes.
- *Curso presencial “Claves para la promoción del turismo náutico en web y publicaciones”* Elaboración del programa y ponencia en este curso impartido por la red CdT.
- *Jornada “Turismo Náutico Sostenible” (29 octubre, Valencia)*: En el marco de la feria Virtual Valencia Boat Show, se organizó una jornada virtual en colaboración con la Agrupación de Puertos Deportivos y la Dirección General de Medio Natural. Las ponencias se organizaron en torno a tres mesas redondas: “El turismo náutico como dinamizador”.

## Publicidad y publicaciones

- *Artículos de turismo náutico en revistas especializadas* (varias fechas): Preparación de contenidos para la publicación de los artículos resultantes del presstrip “Visita Instalaciones Náuticas” de 2019 en las revistas *Boote* (Alemania), *Yatch* (República Checa), *Náutica* (Italia) y *Ocean 7* (Austria). Preparación contenidos para artículo en revista española *Destinos*, perteneciente al Plan de Medios 2020 coordinado por el Servicio de Publicidad.

## Soportes para la promoción turística

- *Microsite [www.nautica.comunitatvalenciana.com](http://www.nautica.comunitatvalenciana.com)*: Publicación de web con contenidos especializados en turismo náutico en la Comunitat Valenciana. Traducción al valenciano, inglés y francés. Está organizada en las siguientes secciones: Actividades, Instalaciones Náuticas, Zonas Litorales, Espacios Naturales Protegidos y Museos.

## Reuniones de coordinación

- *Grupo Técnico de Trabajo Actividades Náuticas Comunitat Valenciana* (25 noviembre): Constitución y coordinación del grupo técnico de trabajo. Este grupo tiene funciones consultivas sobre normativa y su objetivo es alinear estrategias y facilitar la colaboración entre los diferentes actores implicados en el espacio marítimo y zonas de influencia. En él participa la Administración General del Estado (Capitanías Marítimas provinciales de la DG Marina Mercante; así como los Servicios Provinciales de Costas de la DG de la Costa y el Mar), la GVA (Servicio Explotación de Puertos de la DG Puertos; Servicio de Gestión Espacios Naturales Protegidos de la DG Medio Natural, y la SG de Pesca), además de la Federación Valenciana de Municipios y Provincias.



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

**Buceo:** Entre las acciones desarrolladas en 2020 destacan:

#### Formación al sector

- *Webinar “Adaptación para reapertura post Covid19 de los centros de buceo”:* Sesión formativa integrada en el programa “Prepárate para volver” impartido por la red CdT. Coordinación de contenidos y ponentes y moderación.
- *Artículo “Ecoturismo Acuático2”:* Preparación de contenidos para artículo publicado en Magazine TurismeCV: <http://www.turismecv.com/ecoturismo-acuatico/>
- *Curso presencial “Ecoguias; formación de guías de buceo”:* Elaboración del programa y participación como ponente en este curso impartido por la red CdT.

#### Publicidad y publicaciones

- *Adaptación del mapa de inmersiones a idiomas,* para su publicación online.
- *Artículos de turismo buceo en revistas especializadas (varias fechas):* Preparación de contenidos para artículo en revista española Oxígeno, perteneciente al Plan de Medios 2020 coordinado por el Servicio de Publicidad.

#### Soportes para la promoción turística

- *Compra vídeos subacuáticos:* adquisición de vídeos subacuáticos de las principales zonas de buceo de la Comunitat Valenciana para su uso en la promoción del producto.
- *Generación contenidos para microsite:* nueva sección “Observación de la Naturaleza” en la web [www.buceo.comunitatvalenciana.com](http://www.buceo.comunitatvalenciana.com)

### Reuniones de coordinación

- *Reuniones:* Asociación de Centros de Buceo de la Comunitat Valenciana y empresas adheridas al programa Turismo de Buceo CreaTurisme.

**Cicloturismo:** Entre las acciones desarrolladas en 2020 destacan:

#### Asistencia a Ferias especializadas:

- *Fiets en Wandelbeurs* (del 14 al 16 de febrero, Gante). Participación en el stand de Turespaña. Feria de referencia en torno al cicloturismo y turismo activo en Bélgica, Holanda y Luxemburgo, promoción de la Comunitat Valenciana como destino cicloturístico y reuniones con agentes.

#### Soportes para la promoción turística

- *Creación de la nueva guía Vías verdes Comunitat Valenciana* con mayor desarrollo de contenidos de las 13 Vías Verdes en siete idiomas (inglés, francés, alemán, holandés, italiano, castellano y valenciano).
  - Este material pretende ofrecer una imagen de los itinerarios no motorizados como producto ecoturístico diferenciado a nivel autonómico.
  - Este contenido servirá además para la actualización de los contenidos online disponibles en [www.viasverdes.com](http://www.viasverdes.com) y en el microsite de cicloturismo.
- *Microsite Cicloturismo Comunitat Valenciana:* mantenimiento y creación de contenido de nuevas rutas de cicloturismo en la Comunitat Valenciana.
- *Participación en dos programas de radio* Cadena SER promocionando el Cicloturismo y BTT en la Comunitat Valenciana.

#### Publicidad y publicaciones

- *Artículos de Cicloturismo en diversos medios* (varias fechas), perteneciente al Plan de Medios 2020 coordinado por el Servicio de Publicidad.

#### Reuniones de coordinación

- *Reuniones con empresas adheridas* al programa Cicloturismo y BTT de Creaturisme.
- *Reuniones plan de dinamización y gobernanza Terres del Maestrat* acciones de Cicloturismo.

**Activo:** Entre las acciones desarrolladas en 2020 destacan:

**Asistencia a Fiets en Wandelbeurs** (del 2 al 3 de febrero 2019, Gante): participación en el stand de Turespaña. Feria de referencia en torno al cicloturismo y turismo activo en Bélgica, Holanda y Luxemburgo.

### Soportes para la promoción turística

- *Mantenimiento y generación de contenidos* para el microsite de turismo activo de la Comunitat Valenciana.
- *Participación en tres programas de radio* Cadena SER promocionando el turismo activo en la Comunitat Valenciana.

### Publicidad y publicaciones

- *Artículos de Cicloturismo en diversos medios* (varias fechas), perteneciente al Plan de Medios 2020 coordinado por el Servicio de Publicidad.

### Reuniones de coordinación

- *Videoconferencias con empresas adheridas al programa Cicloturismo y BTT de Creaturisme.*
- *Coordinación webinar Seminario de trabajo de turismo activo 2020* junto con la Asociación turismo activo Comunitat Valenciana (CV Activa).
- *Coordinación III jornadas Turismo Activo (CV Activa).*
- *Reuniones mantenidas* entre Turisme Comunitat Valenciana y la Consellería de Educación, cultura y deporte.
- *Reunión en Venta del Moro* con Confederación Hidrográfica del Júcar, Parque Natural Hoces del Cabriel y Asociación AJUCAR.

**Deportivo.:** En 2020 se han realizado las siguientes acciones:

### Soportes para la promoción turística

- *Generación contenidos para futura microsite* de turismo deportivo y traducción de textos en valenciano e inglés.

### Reuniones de coordinación

- *Con la Dirección General de Deporte, Asociación Trinidad Alfonso y diferentes promotores y empresas de turismo deportivo.*

## 6.2.2. Mediterráneo Turismo Natural y Rural

Esta línea de producto incluye los productos relacionados con el turismo de naturaleza y también con productos de clara vocación de desarrollo en el ámbito rural, contemplando los siguientes: turismo ornitológico, ecoturismo, turismo en parques naturales, agroturismo, oleoturismo, enoturismo y pescaturismo. Así mismo, se engloban en este apartado aquellas actuaciones que tienen que ver con el turismo rural y otros proyectos relacionados con recursos ubicados en el entorno rural de la Comunitat Valenciana, como es el Arte Rupestre del Arco Mediterráneo en la Comunitat Valenciana, Camins de dinosaures, producto ligado al turismo paleontológico, así como la red de centros de arte contemporáneo en el ámbito rural de la Comunitat Valenciana.



**Turismo ornitológico:** Entre las acciones desarrolladas en 2020 destacan:

Dentro de las acciones previstas para el desarrollo del turismo ornitológico, se produjo una reunión entre la Asociación de guías birding de la Comunitat Valenciana y la jefatura del Área de marketing y producto turístico para trazar las principales líneas de actuación conjunta. A resultas de esta reunión se procede a realizar en diciembre una jornada formativa online dirigida a los informadores turísticos de la Red de Tourist Info, y diferentes agentes turísticos en la que participan los miembros de la asociación, utilizando la plataforma webinar de TCV.

A través de la red de Cdt se continuó ofertando cursos de turismo ornitológico dirigidos a agentes del sector turístico. Por motivo del COVID-19, en 2020 se cancelan varios de ellos, previstos a realizar en diferentes municipios con relevancia ornitológica y sólo se lleva a cabo uno de ellos, en Castielfabib.

### Soportes promocionales

- En 2020 se ha procedido a la compra de planos de vídeo de diferentes especies de aves, hábitats y "birders", para incorporar al resto de material audiovisual de la Comunitat Valenciana y poder realizar vídeos de contenido especializado para el turista ornitológico.
- Reuniones de coordinación. Además de la anteriormente citada reunión con la Asociación de guías birding, se mantuvo reunión de coordinación con representantes del producto birding adherido al programa de Creaturisme con el objetivo de trazar un plan de acción conjunto para 2021.

### Asistencia a Ferias especializadas

- En 2020 se cancelaron todos los eventos de turismo ornitológico a los que se tenía previsto asistir según el calendario de ferias anual.

## Difusión en medios

- *En diciembre de 2019 se realizó un viaje de prensa británica para dar a conocer las posibilidades de birdwatching en la estación invernal en la Comunitat Valenciana. Resultado de este viaje, en 2020 se han publicado artículos en las revistas de referencia: Birdwatch y Birdwatching (redactados por dos de los tres periodistas participantes en el press trip: David Chandler y Dominic Mitchell).*
- *En verano de 2020, se participó en la grabación de una serie de programas de radio (Cadena SER) vinculados a diferentes productos turísticos, dedicando uno de ellos al turismo ornitológico.*

**Turismo de jardines:** Fruto de la realización de un Press trip para la redactora de la revista L'Art des Jardins (Francia) para recorrer diferentes jardines de la Comunitat Valenciana (Palmeral Elx, l'Albarda, y jardines de la ciudad de València), se publicó en octubre de 2020 el artículo "Balade de Valènce à Alicante".

**Agroturismo y enoturismo:** Se ha participado en webinars de creación de producto relacionado con el agroturismo en coordinación con el área de competitividad turística. Producto pescaturismo, oleoturismo y agroturismo.

- *En noviembre 2020 tuvieron lugar las reuniones de los comités de producto de agroturismo y enoturismo con empresas adheridas a ambos programas de producto, con el propósito de diseñar el plan de acción para el producto en 2021.*

**Ecoturismo:** Con respecto a este producto, *se han mantenido diferentes reuniones con responsables de la DG de Medio Natural, al efecto de incrementar las sinergias* entre las líneas de producto de ecoturismo con los gestores de los espacios naturales protegidos.

También se han llevado a cabo reunión con comité de producto de ecoturismo para trazar las líneas de acción en este producto.

- Así, en 2020, se ha participado en la celebración online de la Reunión Seminario de Ecoturismo en España convocado por la Secretaría de Estado de Turismo y en el que se han presentado al resto de CCAA participantes las principales líneas de actuación de Turisme Comunitat Valenciana en relación con el producto del ecoturismo.
- Se ha participado también en diferentes reuniones de proyectos europeos relacionados con el medio natural y el turismo como es el proyecto TUNE UP Marina Albufera.

Otros productos relacionados con el medio rural y natural:

**Camins de Dinosaurios:** En 2020 se ha continuado la labor de desarrollo de este producto relacionado con el turismo paleontológico ligado al mundo de los dinosaurios y de los recursos turísticos asociados (museos, rutas, yacimientos), celebrando la reunión anual del comité de producto de Camins de Dinosaurios.

**Art rupestre de la Comunitat Valenciana:** Durante 2020 se ha procedido a revisar la web elaborada por la Universitat de València dedicada al arte rupestre de la Comunitat Valenciana fruto del convenio de colaboración entre ambas entidades, todo ello con el objetivo de que se incorpore al portal turístico de la Comunitat Valenciana, incorporando de este modo información sobre este producto turístico basado en la visita a centros de interpretación y a abrigos con pinturas rupestres. En 2020 se ha registrado la marca y logo diseñado al efecto.

#### **Acciones conjuntas productos natural/rural**

- Dinamización de los microsites de producto mediante la incorporación de artículos para los blogs, nuevas imágenes, etc
- Participación en webinars específicos de productos de la línea de Mediterráneo Natural y Rural dirigidos a agencias de viajes, Federación Valenciana de Municipios y Provincias, así como presentación en ferias virtuales como la organizada por el Corte Inglés.

#### **6.2.3 Mediterráneo Cultural: Itinerarios, Rutas, Redes Culturales**

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

La estrategia de Creaturisme para el ámbito cultural-Mediterráneo Cultural- incluía una serie de productos concretos:

- Ruta del Grial
- Ruta de la Seda
- Territorio Borgia
- Red de Centros de Arte Contemporáneo el mundo rural
- Camins de Dinosaurios

Tras realizar una reflexión/análisis sobre los contenidos, se concluyó que una gran parte de la oferta cultural de la Comunitat Valenciana estaba al margen de Creaturisme por no estar relacionada con los productos citados. Por ello, se decidió ampliar el contenido de Mediterráneo Cultural, incluyendo la categoría de turismo cultural general y el turismo idiomático.

#### **Crea Turisme – Estrategia Mediterráneo Cultural**

En 2020 se aprobó la puesta en marcha de una Estrategia de Perfeccionamiento del programa CreaTurisme en su vertiente de turismo Cultural, con el objetivo principal de conseguir mayor visibilidad.

Este plan incluye una serie de medidas que se están poniendo en marcha y tendrá continuidad en el tiempo.

Se han celebrado reuniones de coordinación, a través de videoconferencia, con los comités de impulso de cada uno de los productos turísticos. Preparación de congresos y envío de material / ponencias para diferentes congresos fruto de las diferentes Líneas Nominativas que Turisme CV tienen con asociaciones y federaciones de marcado carácter cultural.

**Turismo cultural:** Durante 2020 se ha llevado a cabo una intensa labor de difusión personalizada de esta nueva categoría de oferta cultural para dar a conocer el programa y detectar posibles interesados. Se ha contactado de forma personal con agencias de viajes, guías de turismo, museos y otros recursos culturales, ayuntamientos, etc.

Esto nos ha permitido contar con un número importante de adheridos a *Otros productos culturales*. Destacar la adhesión en 2020 durante el año de 27 empresas de actividad, 26 AAVV y 18 guías de turismo. Estos perfiles de adheridos son muy interesantes para poner en marcha acciones de networking y para trabajar en la comercialización de productos y rutas culturales.

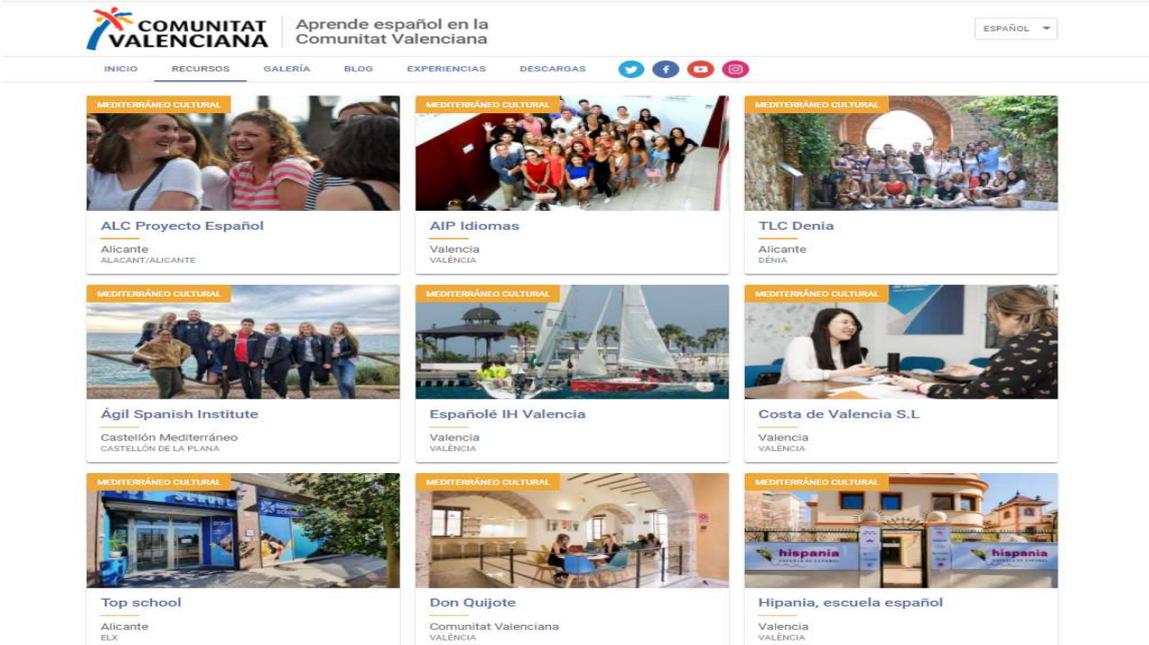
**Turismo idiomático:** Tras años trabajando el turismo idiomático, colaborando con Fedele-CV, este año se ha decidido que podía ser interesante la incorporación del turismo idiomático a la estrategia de Creaturisme. Es un producto diferente al resto puesto que es el único en que la demanda es exclusivamente extranjera, pero, en cualquier caso, hay iniciativas en las que podemos colaborar y en las que Creaturisme puede aportar valor añadido.

Se elaboraron los protocolos y se contactó con todas las empresas. Se ha conseguido la adhesión a Creaturisme de todas las Escuelas de Español como Lengua Extranjera integradas en Fedele CV.

- Microsite de turismo idiomático “Learning Spanish. Comunitat Valenciana”.

Se ha creado el microsite de turismo idiomático, con información de todas las escuelas adheridas y las experiencias que ofrecen.

<https://learningspanish.comunitatvalenciana.com/aprende-espanol-en-la-comunitat-valenciana>



Nombre de la Escuela	Localización
ALC Proyecto Español	Alicante
AIP Idiomas	Valencia
TLC Denia	Alicante
Ágil Spanish Institute	Castellón Mediterráneo
Españolé IH Valencia	Valencia
Costa de Valencia S.L.	Valencia
Top school	Alicante
Don Quijote	Comunitat Valenciana
Hipania, escuela español	Valencia

**Semana Digital del español:** En sustitución de todas las actividades presenciales previstas, se decidió celebrar un gran evento online que sirviera como punto de encuentro de instituciones, profesores y alumnos. La Semana Digital del Español ofreció diferentes actividades educativas, académicas y de debate sobre el español como lengua extranjera, durante cinco días. Turisme CV colaboró en aquellos aspectos relativos a la presencia de la Comunitat valenciana en las jornadas (vídeo, entrevista, etc.).

**Ruta de la Seda:** En colaboración con el Centro UNESCO-Valencia, y en el marco del convenio firmado con Turisme CV, en 2020 se han realizado dos actividades relacionadas con la Ruta de la Seda.

- *Realización de la “Jornada de la Ruta de la Seda por/con la diversidad funcional”.* La jornada tuvo lugar en el mes de octubre y contó con la participación de siete centros ocupacionales de diferentes municipios de la Comunitat Valenciana (Segorbe, Nules, Valencia, Burjassot, Gandía, Pego y Oliva). Turisme CV colaboró en la celebración de las jornadas. En este caso se trataba de fortalecer la Ruta de la Seda como un producto de turismo inclusivo y sin barreras del que pueden disfrutar todas las personas que deseen conocer un poco más de la historia y tradiciones valencianas.
- *Celebración de la XVI MULTAQA, CONFERENCIA INTERNACIONAL MEDITERRÁNEA,* que este año tenía como lema Las Rutas de turismo como caminos de hospitalidad (Seda y Grial) Celebración de la XVI Multaqa, Conferencia Internacional Mediterránea.

La edición de 2020 de la Multaqa tuvo como título “Las rutas de turismo como caminos de hospitalidad” y estuvo centrada en la Ruta de la Seda y la Ruta del Grial.

Esta actividad se enmarca en el convenio firmado por TurismeCV con el Centro-Unesco Valencia y se celebró en formato online.

Turisme CV colaboró en la organización (facilitando contactos, material, haciendo propuestas) e interviniendo durante la conferencia con distintas charlas sobre Ruta de la seda y Ruta del Grial, y participando en eventos tales como el encuentro de culturas por la paz y la concordia en el mediterráneo y la Ruta de la Seda, con la participación de colectivos cristianos, musulmanes, hebreos, hindúes y budistas.

- *En colaboración con el Instituto Seda España, y en el marco de un convenio firmado por Turisme CV, se ha colaborado con el Instituto Seda España en el desarrollo de la Plataforma Inteligente RS3 RUTA DE LA SEDA CV,* que integra los municipios de Algemesí, Buñol, Requena, Carcaixent y Ribarroja del Turia, y cuyo objetivo es integrar las fuentes de información existentes y su puesta en valor, con el fin de constituirse en la primera Ruta temática inteligente a nivel internacional con contenidos de la Ruta de la Seda.

#### **Territorio Borgia:**

- Mantenimiento evolutivo del microsite del Territorio Borgia, mejora de contenidos e imágenes: <https://borgia.comunitatvalenciana.com>
- Creación de contenidos para reportaje sobre Territorio Borgia en la revista Muy Historia.
- Coordinación con los municipios de Gandía y Xàtiva a través de convenios de colaboración de marketing.

**Ruta del Grial:** Desarrollo de un plan de acción específico para la Ruta del Grial ya que en octubre de 2020 ha empezado el año jubilar, distinción a la ciudad de Valencia que se celebra cada 5 años. Este plan de acción pretende ser un revulsivo para el desarrollo de un producto consolidado.

Contenidos para una futura Ruta del Grial, contenidos y trazado de la Ruta del Grial en la CV

La celebración del año jubilar del Santo Cáliz, así como las oportunidades que el desarrollo de este producto cultural ofrece, nos han llevado a poner en marcha un Plan de Impulso a La Ruta del Grial. Se ha considerado adecuado comenzar con la contratación de los contenidos para una futura guía del viajero. Estos contenidos incluyen el relato, el trazado/itinerario de la ruta, la historia y anécdotas relativas a la reliquia, información turística y de servicios de cada uno de los municipios por los que transcurre la ruta, así como mapas del trazado.

### Otras acciones desarrolladas

-Mantenimiento evolutivo del microsite de la Ruta del Grial, mejora de contenidos e imágenes:  
<https://ruta-grial.comunitatvalenciana.com>

-Creación de contenidos para reportaje sobre la Ruta del Grial en febrero 2020 en la revista National Geographic.

-Coordinación en los proyectos de obras conmemorativas de la Ruta del Grial en Barracas y Massamagrell.

-Participación en Programa radio Cruce de Caminos. Universidad Politécnica Valencia. Programa de radio Onda Cero. Programa de radio Cadena Ser.

-Visita teatralizada Sagunto.

-Coordinación del traslado de la obra conmemorativa de la Ruta del Grial a FITUR.

### Turismo Musical – Mediterranean Musix:

-Asistencia a FITUR FESTIVALES 2020 por tercer año consecutivo con un stand de 36m2 situado justo enfrente del escenario principal, centro neurálgico de la zona de festivales y donde se ubica la zona destinada al networking empresarial. En nuestro stand solicitó su presencia la SMCV y SPAIN IS MUSIC. Se repartieron 86 acreditaciones para los empresarios relacionados con la música en la Comunitat Valenciana. La actividad más importante para nuestros coexpositores consiste en poder realizar una presentación de sus proyectos en el escenario común de Fitur Festivales.

-Una vez declarado el estado de alarma provocado por la Covid-19 se trabajó conjuntamente con las Consellería de Sanidad Universal y Salud Pública, Respuesta a las Emergencias y Cultura en conseguir un estándar de cultura Segura ayudando a la confección de las medidas de seguridad y aforos a aplicar en el sector de la música. Se trabajo en conjunto con las asociaciones de la música tanto autonómicas como nacionales.

-Participación en webinars sobre la música en tiempos de pandemia organizados por asociaciones (Musica proCV y Profest) y empresas (Sagarmanta, Monkeyweeek, Simpathy for the lawier...)

-Se lideró la solicitud al ICTE para la creación de un protocolo de calidad en la música en tiempos de la COVID19

-A finales de octubre pudo celebrarse de manera presencial la feria BIME que es el mayor encuentro internacional de la industria musical en nuestro país. Se celebró en el Palacio de Euskoalduna de Bilbao, con un aforo máximo de 400 personas. Mediterraneu Musix la marca paraguas de los festivales de música de Creaturisme tuvo su stand donde albergó a los 27 empresarios que decidieron desplazarse hasta el evento.

-De manera excepcional hemos participado en el encuentro de la Cultura Chilena CECH del 12 de noviembre y hemos realizado una ponencia para explicar la evolución de las marcas bajo el paraguas de Mediterraneu Musix como ejemplo a seguir para el desarrollo del turismo musical en Chile. La repercusión fue alta y tuvimos un par de entrevistas en radios nacionales.

-Jornadas Turismo e Industria Musical (TIIM) realizadas en colaboración con MusicaProCv. Por segundo año consecutivo, en 2020 se realizó un encuentro entre la industria musical y la turística. En esta ocasión se realizó en el salón de actos del museo de las ciencias de CAC, con aforo completo y muy buena respuesta de ambos sectores.

-Reorganización de la marca paraguas Mediterraneu Musix en 4 grandes certificados para dar cabida a los eventos que han mostrado interés en adherirse. Mediterraneu Gran Fest, Mediterraneu Fest, Mediterraneu Fest lite y Mediterraneu Experience albergaran a más de 60 festivales al final del 2020.

### Otros temas culturales:

#### Capital Cultural CV

Participación en calidad de vocal en la Comisión de valoración de la capital cultural de la Comunitat Valenciana, creada por la Secretària Autònoma de Cultura i Esport, para valorar las candidaturas presentadas en las dos categorías: capital cultural de municipios de menos y más de 5.000 habitantes.

Las candidaturas que se impusieron como capitales culturales de la Comunitat Valenciana para 2021 fueron las de Alcoi y Chelva.

#### Curso de Turismo Cultural

En 2020 se celebró la 19ª EDICIÓN del CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN TURISMO CULTURAL, desde el 16 de octubre hasta el 18 de diciembre.

El Curso estuvo organizado por la Fundación Cañada Blanch, con el patrocinio de la Conselleria de Educación, Cultura y Deporte, y la colaboración de Turisme Comunitat Valenciana y la FVMP.

El Curso genera una simbiosis entre la visión turística y la perspectiva cultural, facilitando a los participantes información de primera mano de un cualificado profesorado.

Aunque inicialmente estaba previsto que se celebrara de forma presencial, como es habitual, las circunstancias determinaron que finalmente fuera online. Turisme CV que colabora desde el Comité Organizador, a través de ponencias y organizando las tres visitas-taller. En 2020 Turisme se encargó de sustituir estas tres visitas por tres jornadas online, seleccionando contenidos y ponentes, y presentando las tres sesiones.

Destacar la buena acogida del curso en su primera edición online, la cual fue valorada de forma muy positiva por los participantes.

## Memoria democrática.

Turisme CV colaboró en el Curso de Memoria Democrática celebrado en Elda, resultado de la colaboración con la Universidad de Alicante, facilitando ponentes del sector privado.

Participación en la sesión de trabajo organizada por la FVMP y a la que asistieron representantes municipales interesados en desarrollar el Turismo de Memoria.

Se realizó una visita al Centro de Interpretación de la Línea XYZ de Almenara.



## Itinerarios Jaime I

Participación en el grupo de trabajo creado para el impulso a la comercialización de las Rutas de Jaime I. En este grupo participan agencias de viajes, asociaciones, guías de turismo, etc.

## Rutas de los Cátaros

Reuniones para estudiar la viabilidad del producto y la posibilidad, en coordinación con la UJI, de desarrollar un Itinerario Cultural Europeo.

## Asamblea del Club de Producto Turístico Castillos y Palacios de España.

Dirigida a los socios y a las administraciones turísticas, para conocer las acciones a llevar a cabo con la colaboración de la Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña. Por parte de la Comunitat Valenciana, además de Turisme CV, asistieron representantes de ayuntamientos que albergan castillos asociados al Club de Producto: Buñol, Cullera, Peñíscola, Xàtiva, Villena y Bétera. A destacar que los tres casos expuestos como modelos de buenas prácticas corresponden a castillos valencianos. Formato online. Asistencia de TurismeCV y gestiones para su adhesión a Creaturisme.

## Universitat de València- Día Mundial del turismo

En 2020 Turisme CV participó en una mesa redonda de turismo cultural organizada por la Universitat de València, junto a empresas y otras instituciones, con motivo del Foro de Turismo organizado el día mundial del turismo.

Redacción de textos de turismo cultural para reportajes en las revistas Aggentravel y Hosteltur

Participación en la radio, Cadena SER, promocionando la ruta de los castillos del Vinalopó.

Participación en grupos visitas guiadas ofrecidas por el sector. Como muestra de apoyo y para dar visibilidad a las visitas organizadas por guías turísticos se ha participado en varias de ellas.

### 6.3. L'EXQUISIT MEDITERRANI

#### 6.3.1. Convenio UA "Gasterra"

Potenciación del producto gastronómico, su creatividad y análisis científico:

Investigación, transferencia del conocimiento, divulgación científica, formación o recopilación de datos y contenidos en materia de gastronomía y producto turístico gastronómico de la Comunidad Valenciana, todo esto para la mejora de la innovación, la sostenibilidad y el desarrollo territorial del turismo gastronómico.

##### ACTIVIDAD 1

Acciones en materia de historia, globalización, turismo y alta cocina alrededor del arroz:

Realización de un curso de experto universitario y/o actividades complementarias.

##### ACTIVIDAD 2

Acciones en materia de tecnología de la cocina o la sala y recopilación de contenidos de interés gastronómico: Realización de un programa tecnológico (cocina y/o sala) y generación de contenidos para el "Vademecum de la cocina valenciana".

##### ACTIVIDAD 3

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

#### 6.3.2. Cocinas Solidarias

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

#### 6.3.3. Convenio Feria Valencia

Para la organización de la feria Mediterránea Gastrónoma

#### 6.3.4. Participación en FITUR 2020

Organización y coordinación de los espacios de Showcooking, catas y el espacio expositivo temático de gastronomía de Creaturisme.

#### 6.3.5. Otras acciones promocionales y colaboraciones

- Alicante Ciudad del Arroz.
- Concurso Trufa Andilla.
- Congreso Alcachofa Almoradí.
- Día europeo del enoturismo.
- Feria el Corte Inglés.
- Gala wikipaella.
- Gastrorribera KM 0.
- Jornadas platos de cuchara.
- Madrid Fusión 2020.
- Worl Paella Day.
- Valencia Culinary Festival.

- Colaboración con la revista de Unión de Consumidores (Consuce) en la que tenemos una sección L'Exquisit Mediterrani que da difusión a productos y experiencias del turismo gastronómico en la Comunidad

#### **6.3.6. Formación**

Curso online “Introducción y Marketing del turismo gastronómico” ofrecido por el Basque Culinary.

- Talleres: “5 RETOS para remontar COVID19: enogastroturismo”.
- Talleres: “Nuevos tiempos, nuevas formas de venta online”.
- Participación en conferencias.

#### **6.3.7. Potenciación de la Red Gastroturística l'Exquisit Mediterrani**

- Entidades adheridas en 2020: 27 destinos y entidades.
- Puesta en marcha.



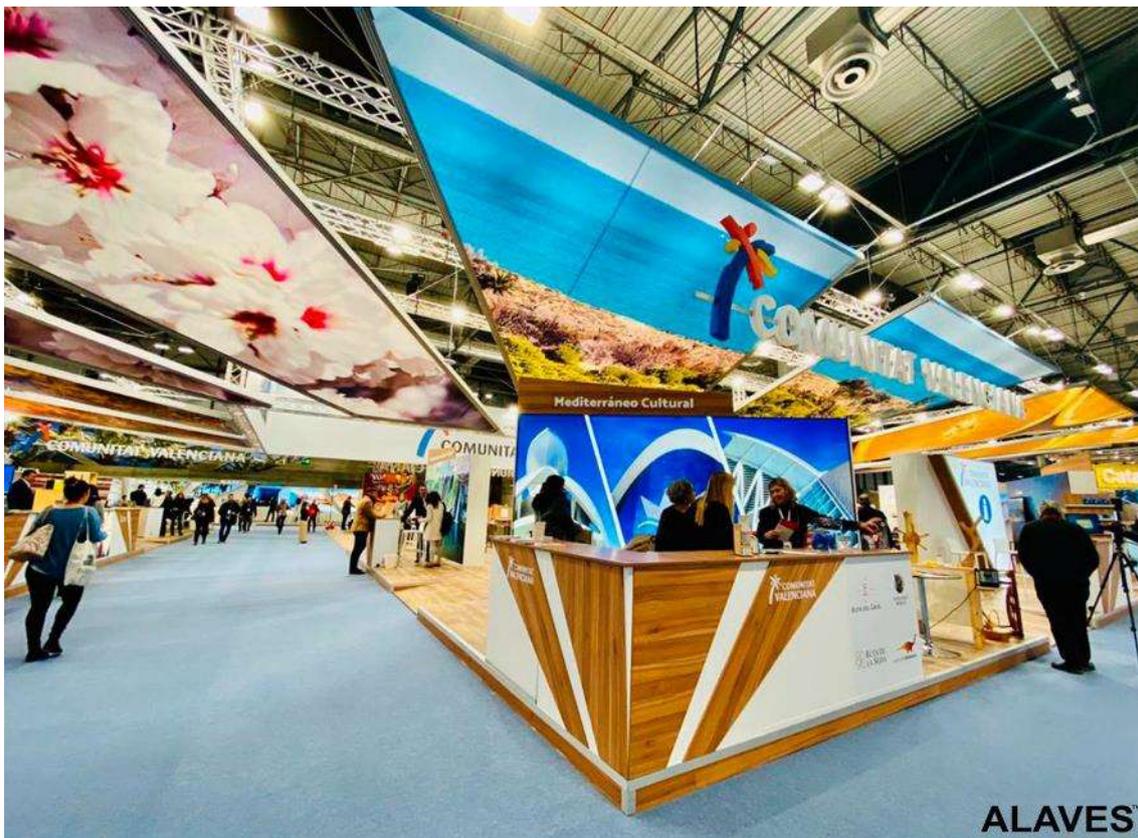
## 7.1. ACCIONES PROMOCIONALES

### 7.1.1.- Certámenes celebrados en territorio nacional

**Madrid Fusión 2020** (13- 15 enero, Madrid)- Madrid Fusion, es el encuentro gastronómico anual por excelencia, que tiene lugar en Madrid. Durante tres días la capital albergó chefs reconocidos de todo el mundo. La organización modificó la ubicación del evento que tenía lugar habitualmente en el palacio de Congresos de Madrid pasando a celebrarse este año en IFEMA. Stand incluido en el concurso de ferias 2019-20.

**Feria FITUR LGBTI 2020** (22- 26 enero, Madrid)- Participación de la Comunitat Valenciana por quinto año consecutivo en este certamen especializado en el segmento LGBT creado en 2011 y que tiene lugar en el pabellón 3 de IFEMA. Stand de 36m2 de diseño libre incluido en el concurso de ferias 2019-20 (expt TCV04/19).

**Feria FITUR 2020** (22- 26 enero, Madrid)- Participación en la XL edición de la Feria Internacional de Turismo, FITUR. Stand de 2.053m2 en el que están presentes como coexpositores las seis marcas turísticas de la Comunitat Valenciana, así como más de un centenar de empresas, asociaciones y clubs de producto. Stand incluido en el concurso de ferias 2019-20.



**Feria FITUR Festivales** (22- 26 enero, Madrid)- Participación en el II certamen de FITUR Festivales dentro del espacio expositivo de FITUR en el pabellón 3 de Ifema. Stand de 36m2 de diseño libre incluido también en el concurso de ferias 2019-20.

**Feria FITUR Empresas** (22- 26 enero, Madrid)- Participación en la zona de empresas del pabellón 10 con un stand de diseño libre de 20m2 incluido también el concurso de ferias 2019-20.

**Feria FITUR Cine** (22- 26 enero, Madrid)- Segunda edición de esta sección de FITUR ubicada en el pabellón 4. Se contrataron 2 módulos de 9m2 directamente a IFEMA, única opción de participación. Participaron las films offices de las distintas marcas turísticas y Peñíscola.

**Feria NAVARTUR** (21- 23 febrero, Pamplona)- Participación en la décimo quinta edición de la Feria Internacional de Turismo de Navarra, un importante certamen turístico que tiene lugar en el céntrico Palacio de Congresos Baluarte de Pamplona. Stand de 100 m2 incluido en el concurso de ferias 2019-20 (expt TCV04/19).

Asistencia al III Congreso Internacional Gastronómico, que tuvo lugar el día previo y durante la primera sesión de celebración de la feria. También tuvo lugar el primer encuentro B2B con participación gratuita para expositores Navartur 2020.

**Feria virtual VECISA** (7- 10 julio, Madrid)- Participación en la I Feria virtual de Turismo Nacional VECISA 2020, promovido por Viajes El Corte Inglés, una nueva iniciativa surgida por esta entidad tras la situación de pandemia mundial. En este espacio virtual estuvo presente Turisme Comunitat Valenciana con un pabellón virtual junto con las seis Marcas turísticas, Secretarías Técnicas de Producto, Conventions Bureau y empresarios de la Comunitat Valenciana. Se crearon sinergias entre empresarios y destinos de la Comunitat y agentes de toda la red de agencias de Viajes El Corte Inglés de España.

**Feria TOTS SANTS** (30 octubre – 1 noviembre, Edición virtual)- Edición virtual con la participación exclusiva de los comercios locales.

**Feria IBTM World** (8- 10 diciembre, Edición virtual)- La feria International Business Tourism World (IBTM World), una de las mayores citas anuales de turismo MICE, no pudo celebrarse en este ejercicio en versión presencial y fue sustituida por una versión virtual, con citas preacordadas en la que participaron además de Turisme, los convention bureau de Valencia, Costa Blanca, Benidorm y Alicante.

### 7.1.2.- Certámenes celebrados en otros países

**VAKANTIEBEURS** (15- 19 enero, Utrecht)- Se trata de la primera feria con la que se abre el año, contemplada en el Plan Operativo aprobado por Turisme Comunitat Valenciana. Una feria en la cual se dan cita las mejores empresas y profesionales relacionadas con el sector, siendo para todos ellos un evento de gran importancia y de casi inexcusable asistencia para todos ellos, tanto por las novedades que en ella se pueden observar como por los contactos que se pueden establecer.

**FERIEN MESSE** (16 – 19 enero, Viena)- Feria generalista, se asiste en el stand de Turespaña. Es la mayor feria del mercado austriaco, en la que se ha vuelto a participar de nuevo, dada la existencia de nuevas conexiones aéreas directas desde Viena a los 3 aeropuertos de la Comunitat Valenciana. Viena es la capital de uno de los mercados con mayor nivel de renta de la Unión Europea. La ubicación del stand dentro del pabellón ha sido excelente teniendo un acceso principal a pocos metros. Castellón y Costa blanca han participado con la Comunitat Valenciana de esta feria. También Guardamar del Segura ha enviado un técnico para promocionar su municipio. Introduciendo Castellón, el aeropuerto de Castellón y Viajes Globus han participado con más de 15 reuniones que han tenido lugar en el propio stand de Turespaña.

**MATKA** (17 – 20 de enero, Helsinki)- Participación de Turisme Comunitat Valenciana con un mostrador integrado en el stand español. El mostrador registró la asistencia de un responsable de Visit Benidorm. Matka es el punto de encuentro de los representantes del sector turístico de Finlandia y además es cita obligada para los profesionales de los Países Bálticos. La edición de 2020 agrupó la oferta de unos 1.000 expositores procedentes de más de 89 países y registró una afluencia superior a las 68.000 personas entre profesionales y público general.

**Feria HOLIDAY WORLD** (24 - 26 enero, Dublín) - Participación en el certamen turístico más importante que se celebra en Irlanda. Tomamos parte con un total de 3 mostradores (Castellón, Benidorm y AVT) de Comunitat Valenciana dentro del stand de Turespaña. Asistieron también representantes de Valencia Turisme, AR-Hotels y Hoteles Poseidón.

**Feria GOLFMESSE** (30 enero – 2 febrero, Zurich)- Feria especializada en golf que tiene lugar dentro del marco de celebración de FESPO, la feria turística más importante del país. Tomamos parte con 2 mostradores en los que participaron las siguientes estamentos y empresas: Visit Benidorm, Asoc. Campos de Golf de la C.Blanca y C. Valenciana, Melia Villaitana, Oliva Nova Golf Resort, Hoteles Servigroup, SH Hoteles y Essensaciones. Según datos de la organización, el evento contó con 160 expositores y alrededor de 10.000 visitantes. Cifras que llegan a los 600 expositores y unos 60.000 visitantes para el conjunto de la feria FESPO.

**FIETS & WANDELBEURS** (15- 16 febrero, Gante)- Gestión, tramitación del espacio y coordinación de la feria.

**F.R.E.E MÜNCHEN** (19- 23 febrero, Munich)- Feria generalista, se asiste en el stand de Turespaña. La feria F.R.E.E que se celebra en la ciudad de Munich es una feria de vacaciones en la que hay diferentes sectores como turismo de salud y bienestar, caravanas y turismo de naturaleza, deportes y bicicleta: la edición de 2020 de la feria de turismo de Munich contó con más de 1.300 expositores procedentes de 70 países diferentes y se ha posicionado como la segunda feria alemana de turismo de público final, con más de 145.000 visitantes, por detrás de la de Stuttgart. Las marcas turísticas participantes fueron Costa Blanca y Benidorm dentro del mostrador de la Comunitat Valenciana. Se realizó una presentación al público final en la sala destinada para las presentaciones de destinos.

**FIETS & WANDELBEURS** (28 febrero – 1 marzo, Gante) - Gestión, tramitación del espacio y coordinación de la feria.

**FERIA IGTM Links** (20- 22 octubre, Edición virtual)- Feria virtual que sustituyó al evento tradicional que debería haberse celebrado en Newport (Reino Unido). En esta ocasión, la organización de la feria creó una plataforma a través de la cual los expositores podían elaborar un libro de citas con los miembros de IAGTO inscritos en la feria (“buyers”, en su mayoría turoperadores especializados en el producto golf). Se estableció una agenda de 24 citas atendidas algunas de ellas con la participación de la Asociación de Campos de Golf de la C. Blanca y Comunidad Valenciana y Visit Valencia. La participación fue gratuita.

**FERIA WTM** (9- 11 noviembre, Edición virtual)- Edición virtual de esta feria que debería haberse celebrado del 2 al 4 de noviembre en Londres. La organización de la feria creó una plataforma a través de la cual los expositores podían elaborar un libro de citas con los agentes de viaje, touroperadores y empresas del sector registrados como compradores. También participaron las 6 marcas turísticas de la Comunitat Valenciana. Se elaboró una agenda de 20 reuniones con profesionales del sector turístico de diversos países.

Además, la organización de la feria elaboró diversas conferencias que podían ser visualizadas durante el transcurso del evento.

## 7.2.- WORKSHOPS, JORNADAS INVERSAS Y PRESENTACIONES

### ITALIA

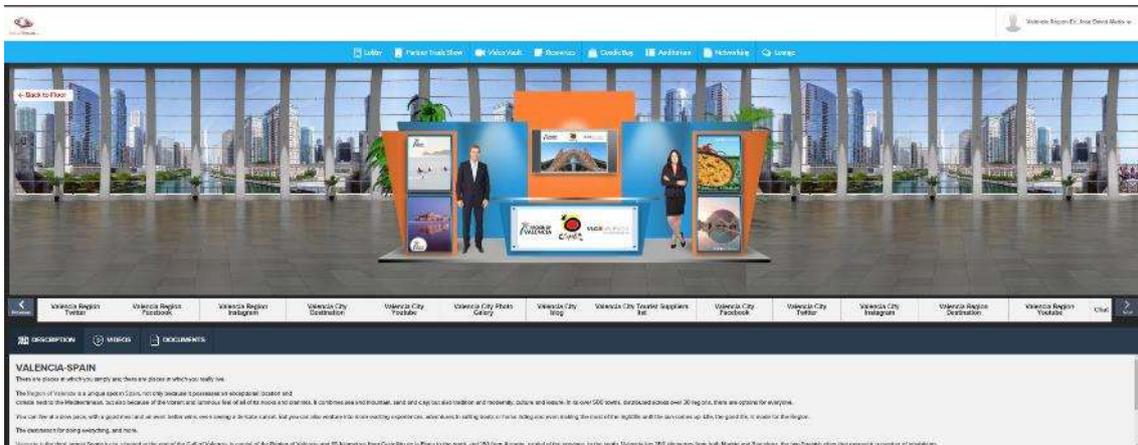
**Workshop virtual VR SPAGNA 20**, (1 al 3 de diciembre)- Certamen virtual organizado por las Oficinas Españolas de Turismo en Roma y Milán. Para el evento se utilizó la plataforma Virbela que recreaba digitalmente un recinto ferial. Se realizaron presentaciones programadas a agentes de viaje italianos durante los tres días de celebración del evento.

### REINO UNIDO

**Congreso Intele Travel, Birmingham** (18 enero) - Este consorcio reúne a agentes de viaje independientes que integra a unos 5.000 trabajadores que ejercen su actividad desde casa y realizan reservas para todo tipo de productos turísticos. El congreso contó con la asistencia de unos 400 agentes, Turisme CV realizó una presentación y contó con un mostrador en el espacio de workshop organizado durante el evento. Se contó con la participación de Turespaña (OET de Londres)

**Presentación virtual EasyJet Holidays** (3 junio) - Turisme CV y la Federación Empresarial de Hostelería de Valencia (CONHOSTUR) con el apoyo de la Oficina Española de Turismo de Portugal, realizaron en Cascais un evento exclusivo que permitió a prensa, agentes y turoperadores conocer tanto la oferta turística y experiencial de la Comunitat Valenciana, como descubrir nuestra gastronomía de la de la mano del Chef del Restaurante Casa Manolo, reconocido con 1 estrella Michelin. Al evento asistieron más de 70 invitados, entre los/las que se encontraban agentes del sector, turoperadores y diversos medios que dieron cobertura al evento.

**Congreso Intele Travel** (26 septiembre)- Durante esta jornada virtual, se celebraron diversas charlas de turoperadores y empresas turísticas a las que asistieron los agentes miembros inscritos al evento. Turisme Comunitat Valenciana junto con Visit Valencia, tomamos parte en esta jornada con sendas presentaciones de destino.



**ABTA the Travel Convention** (14 octubre)- Asistencia a la convención virtual que organiza ABTA en sustitución a su Convención anual que en 2020 tenía previsto celebrarse en Marrakech. Se llevaron a cabo diversas sesiones de charlas y conferencias, paneles de discusión y workshops especializados.

**Intele Travel Virtual Convention** (28 noviembre)- El consorcio Intele Travel organizó una feria virtual que incluía diversas charlas y presentaciones. Además, habilitaron una plataforma a modo de feria virtual en la que los expositores, entre ellos Turisme Comunitat Valenciana junto con Visit Valencia, disponían de un stand en el que mostramos folletos, imágenes y vídeos promocionales. Los agentes podían visitar los diversos stands, consultar la documentación ofrecida, así como realizar consultas a los representantes del stand. También se ofreció una presentación de destino pregrabada por parte de Visit Valencia y Turisme Comunitat Valenciana.

## WEBINARS

De los siguientes mercados:

### HOLANDA

**Webinar mercado neerlandés** (16 junio) – con la participación del Consejero de Turismo de la Embajada de España en La Haya y Bruselas, el CEO de la Asociación de Agentes Independientes The Travel Club y miembro del Consejo de Dirección de la Asociación Sectorial ANVR.

**Webinar mercado neerlandés con la revista profesional Travelpro** (26 junio) – Con el Consejero de Turismo de la Embajada de España en La Haya y Bruselas, el Account Manager de la revista profesional Travelpro. Turisme Comunitat Valenciana en colaboración con Turespaña presentó el viernes 26 de junio la oferta turística de la Comunitat Valenciana a más de 50 agentes de viajes de los Países Bajos. La presentación se hará mediante un webinar organizado por la revista TravelPro, uno de los principales medios destinados a los profesionales del sector turístico holandés y con ella se quiere dar a conocer la diversidad de la oferta turística de la Comunitat en este mercado, incidiendo en especial en productos que pueden tener una buena aceptación en un mercado como el holandés en las actuales circunstancias, como son el turismo activo, el náutico o los campings, pero sin olvidar productos como el vacacional o el turismo urbano o gastronómico. El mercado holandés, con más de 16 millones de habitantes es el cuarto mercado emisor hacia nuestra la Comunitat Valenciana, con cerca de medio millón de turistas en 2019.

### BÉLGICA

**Webinar mercado belga** (18 junio) –Con el Consejero de Turismo de la Embajada de España en Bruselas y La Haya, el Responsable de ABTO (Asociación holandesa de Turoperadores) y el Director de Producto de Flight Holidays de TUI Holland.

**Webinar mercado belga con Travel Magazine** (14 octubre) – con el Consejero de Turismo de la Embajada de España en Bruselas y La Haya, el Director de la revista Travel Magazine. Webinar con Travel Magazine, la revista profesional más importante en Bélgica y Luxemburgo, en colaboración con Turespaña.

## ALEMANIA

**Webinar mercado alemán (22 junio)** - En este webinar, dedicado a la situación y expectativas del mercado alemán de cara al segundo semestre de 2020, participaron la Consejera de Turismo de la Embajada de España en Munich y el director de Destinos España, Portugal, Cabo Verde y Caribe de FTI.

**Presentación de CV y su producto gastronómico para zona sur de Alemania (15 diciembre)** - En colaboración con la Oficina Española de Turismo en Munich y la D.O. Turrón de Xixona el 15 de diciembre se organizó una presentación virtual de la Comunitat Valenciana para profesionales turísticos de los Länder de Baviera y Baden Wurtemberg, al Sur de Alemania, cuyo eje principal fue la gastronomía y las tradiciones navideñas, entre ellas la preparación de un típico turrón de Xixona por cada uno de los asistentes. Más de 40 agentes y medios alemanes participaron en esta actividad promocional.

## REINO UNIDO

**Webinar mercado británico (23 junio)** – con la participación del Consejero de Turismo de la Embajada de España en Londres, la Directora de Relaciones con los Mercados de ABTA y la Asociación Británica de Turoperadores. Presentación por parte del Secretario Autonómico de Turismo. Inscritos: 110, asistentes: 63.

## FRANCIA

**Webinar mercado francés (30 junio)** - Rocío Martín, Subdirectora Adjunta Subdirección General Estrategia y Servicios al Sector Turístico, Instituto de Turismo de España (Turespaña) Tatiana Martínez, Directora/Consejera de Turismo, Embajada de España/Representación Permanente, O.C.D.E. Jean Luc Dufrenne, Director general Turoperador Generation Voyages y Presidente des Entreprises du Voyage des Haut de France /Normandie (Asociación patronal de agencias de viajes) y Administrador de APST (Organismo de garantía para la agencias de viajes)

## 7.3.- VIAJES DE PRENSA Y FAMILIARIZACIÓN

### BÉLGICA

**Acción con Le Journal de L'Evassion - TV RTBF (17 noviembre)** - Acción con Le Journal de l'Evassion en la televisión francófona, en la RTB, en el programa de televisión "Le 6-8", en horario de prime time, sobre turismo urbano, donde se dio información sobre Alicante y se realizó un concurso para conocer el destino. Con un total de 5 minutos y 46 segundos en antena promocionando el destino. Esta acción está financiada por Turisme Comunitat Valenciana y se realizó en colaboración con la Oficina Española de Turismo de Bruselas. Le Journal de l'Evassion es el medio web belga que brinda ideas y consejos para alejarse de todo en Bélgica, Francia o en cualquier otro lugar de Europa y el mundo. En su portal web se pueden encontrar reportajes, artículos y cientos de propuestas e ideas para estancias para todos los gustos: gastronomía, insólito, bienestar, cruceros, viajes y escapadas para enamorados, familiares, amigos; al sol o en la nieve, junto al mar o en la montaña, en el campo o en un viaje a la ciudad, en un hotel, en un albergue o en una casa de huéspedes. Su equipo está formado por periodistas especializados en turismo, y otros medios de comunicación en general recurren a nuestra experiencia en esta área.

## NORUEGA

**Fam trip AAVV – OET Oslo** (5 – 8 marzo)- Ante la apertura de la conexión Oslo-Valencia con la compañía SAS durante la temporada estival, se organizó este viaje de agentes, incluido en el Plan Operativo Anual de Turespaña, que representó una oportunidad de promocionar el destino Valencia entre 6 agentes de viaje de importantes operadores noruegos. Contó con la participación de una representante de la OET de Oslo.

**Fam trip Transeurope** (8 – 11 marzo)- Famtrip de agentes de viajes a Valencia en colaboración con Brussels Airlines.

## 7.4. ACCIONES ON LINE

### PORTUGAL

**Semana de la CV en RRSS** (3 – 9 agosto)- Consistente en tematizar la página de Facebook de la OET de Portugal con información de los destinos y productos turísticos de la Comunitat Valenciana, mediante 5 post de contenidos diversos. Los 5 post publicados en Facebook han tenido un total de 1.497.699 impresiones y un alcance de 616.955 usuarios únicos en el formato pagado, frente a los 380 mil estimados inicialmente. Con estos resultados mejoramos el número de impactos respecto al año pasado y en especial las interacciones (más de 60 mil) dado que el vídeo ha funcionado muy bien.

### BRUSELAS

**Semana de la CV en RRSS** (23 – 29 noviembre)- Consistente en tematizar la página de Facebook y Twitter de la OET de Portugal y la plataforma Travel 360º de Turespaña con contenidos e información de los destinos y productos turísticos de la Comunitat Valenciana. Los post publicados en Facebook alcanzó a una media de 1.164 personas por publicación, obtuvo un total de 21.857 impresiones y un total de 760 interacciones. En cuanto al impacto de los Tweets, obtuvieron 7.702 impresiones y recibieron 361 interacciones. En los artículos publicados en Travel360º, se publicaron 2 artículos y ha habido una media de lecturas de 6.087 por artículo (3.962 en la versión neerlandófona, 2.125 en la francófona).

## 7.5. PRODUCTOS Y OTRAS ACCIONES

### CRUCEROS

Este sector ha tenido actividad muy reducida durante el 2020, no obstante, se continuaron los contactos y reuniones con los entes relacionados con la promoción de turismo de cruceros en los puertos de la Comunitat Valenciana. En particular con Turismo de Alicante y la fundación Port Castelló.

### PRODUCTO LGBTQ+

Las actividades promocionales más relevantes de este segmento, y que habitualmente implican la concentración de gran cantidad de personas, se realizan entre mayo y septiembre por lo que 2020 la totalidad de acciones en las que suele participar Turisme Comunitat Valenciana fueron canceladas, no obstante, se mantuvieron reuniones con Visit Valencia y otras entidades públicas y privadas de cara a obtener para València la concesión de sede de los Gay Games 2026.

## GOLF

**Webinar producto GOLF** (8 junio) -Director Ejecutivo IAGTO, Peter Walton.

Con la participación del Presidente de la Asoc. Campos de Golf de la C. Blanca y Com. Valenciana, Presentación por parte del Secretario Autonómico de Turismo, Francesc Colomer y Juan Muñoz, Jefe del Servicio de Promoción. Asistentes: 25

Desarrollo y seguimiento de las fases previas del contrato de ferias 2020/2021 Exp TCV 15/20 entre marzo y agosto 2020

Preparación PLAN de MARKETING TURÍSTICO POST COVID – 19, mayo 2020

Colaboración en la revisión de contenidos del nuevo escaparate turístico publicado por el Servicio de Marketing Online el 27 de mayo

Coordinación con Marketing Online en la promoción ON LINE de los mercados chino y ruso

Elaboración y presentación de la Guía de destinos turísticos de interior seguros, 12 junio

Elaboración informe POA 2020 POST COVID – 19, junio – agosto 2020

Colaboración con el Área de competitividad turística en la gestión del programa de producto CreaTurisme para las Ayudas directas COVID – 19

Coordinación con INVAT.TUR para la próxima creación de informes desde la nueva herramienta promocional

Coordinación con la Subdirección General de Turisme para la valoración del reconocimiento de la condición de municipio turístico de algunos municipios de la CV

Gestión de informes en PADLET

### Asistencia virtual a WEBINARs (marzo – julio):

**Viernes 17 de abril: Destinos Españoles, ciudades: Madrid, Barcelona y Valencia**  
Organizado por Hosteltur

**Jueves 23 de abril: Debate online con Consejeros de Turismo de Turespaña**

“Retos e incertidumbres de los mercados turísticos ante la nueva era”  
Organizado por FUTURISMO CANARIAS.

**Viernes 24 de abril: Presentación Proyecto Nacional especificaciones técnicas y sello de garantía para la prevención del COVID – 19.**  
Organizado por el ICTE y Turespaña.

**Jueves 30 de abril: Un viaje virtual por el turismo industrial de Alicante**  
Organizado por Cámara de Comercio de Alicante

Miércoles 27 mayo: **Nuevo marco de referencia para la apertura de establecimientos y servicios turísticos.**

Urban Tourism Trends

Organizado por Visit Valencia

Jueves 11 junio: **TALLER ESTRATEGIAS PROMOCIÓN Y MÁRKETING**

Organizado por INVAT.TUR

Lunes 15 junio: **Reunión CV con Turespaña – Reajuste POAs 2020 POST COVID19**

Lunes 6 julio: **Presentación Plan Estratégico TCV 2020 - 2025**

Organizado por INVAT.TUR.

# 8

## PUBLICIDAD, MARKETING ONLINE, COMUNICACIÓN OFFLINE



## 8.1. REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS Y ACTUACIONES DE PUBLICIDAD

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 online como una vía eficaz de promocionar la Comunitat Valenciana.

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

Asimismo, se vertebra a través de la colaboración con diversas entidades ciertas actuaciones de marketing turístico para aunar los esfuerzos de todos, a través de convenios nominativos para la mejora de la imagen y la competitividad de la Comunitat Valenciana.

### 8.1.1. Campañas de publicidad

Durante el año 2020 se han realizado las acciones publicitarias incluidas en esta anualidad de la campaña de publicidad autonómica, nacional e internacional activa del expediente TCV 13/17.

**Campaña de publicidad autonómica y nacional. Prórroga expte. 13/17 Lote 1:** La campaña se desarrolló desde el 1 de enero de 2020 hasta el 12 de septiembre de 2020, que se vio afectada por un receso debido a la crisis sanitaria derivada de la Covid-19.

Las actuaciones se realizaron en dos periodos: el primero, desde enero hasta marzo basado en criterios de desestacionalización-incluyendo las actuaciones en FITUR- y a partir de julio, tras la desescalada de la crisis sanitaria, centrado en mensajes y adaptaciones gráficas enfocadas al periodo vacacional.

El planteamiento táctico comprendió actuaciones en televisión, radio, prensa y revistas, online, exterior y cine, teniendo en cuenta la estrategia de productos de Turisme CV y los mercados nacionales de interés, conjugando los soportes publicitarios de Mediterráneo en Vivo y la colaboración en materia de contenidos.

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

10/2020 y más - 10. Internet - 10.1 ago. 2020 - Page 101

10/2020 y más

10.10.2020 10:17:40.00000000

**DESCUBRE QUE UN GRAN VIAJE NO SE MIDE EN KMS**

Mediamente se estima que un viajero que se desplace en avión consume unos 100 kilos de CO2 por persona y por vuelo. Si se suma el consumo de combustible de los aviones que se utilizan para transportar a los pasajeros, el consumo de CO2 por persona y por vuelo puede llegar a ser de unos 150 kilos. Esto es un dato que nos hace reflexionar sobre el impacto ambiental de los viajes y sobre la necesidad de buscar alternativas más sostenibles.

Comunitat Valenciana

GENERALITAT VALENCIANA

**Cicloturismo en la Comunitat Valenciana: Vías Verdes y mucho más**

Descubriendo el interior, bordeando la costa o pensando en las ciudades: las posibilidades para disfrutar de la belleza de las tierras valencianas pedaleando son infinitas. Para los viajeros que tienen algo de tiempo, habitantes de las Vías Verdes, que en la Comunitat Valenciana distan por el tamaño de 170 kilómetros de asegurar la información y que han sido acondicionados para disfrutar del viaje en bicicleta. Una oportunidad maravillosa para practicar cicloturismo, ya que mejor ser de secans dificultad para disfrutar entre preciosos paisajes.

Las Vías Verdes de la Comunitat Valenciana son un conjunto de itinerarios que se crean a partir de antiguas vías férreas, caminos rurales o caminos de servicio. Estos itinerarios ofrecen una gran variedad de rutas para disfrutar de la belleza de las tierras valencianas pedaleando. Desde rutas de corta distancia hasta rutas de larga distancia, pasando por rutas de medio día y rutas de fin de semana. Las Vías Verdes ofrecen una gran variedad de servicios para facilitar el viaje, como alquiler de bicicletas, mapas, mapas de rutas y servicios de reparación.

El Gobierno de la Comunitat Valenciana ha impulsado el desarrollo del cicloturismo en la Comunitat Valenciana, creando una red de Vías Verdes que ofrece una gran variedad de rutas para disfrutar de la belleza de las tierras valencianas pedaleando. Estas rutas ofrecen una gran variedad de servicios para facilitar el viaje, como alquiler de bicicletas, mapas, mapas de rutas y servicios de reparación.

Comunitat Valenciana

Metro Madrid Alonso Martínez



**Campaña de publicidad internacional:** La campaña se desarrolló desde el 1 de enero de 2020 hasta el 23 de julio de 2020, periodo en el que se incluye el receso por la crisis sanitaria derivada de la Covid-19.

La actuación en la campaña internacional planteó una estrategia multimedia en soportes offline y en medios digitales, combinando acciones de contenidos con publicidad convencional. A través del mix de medios la campaña tuvo presencia en Reino Unido, Alemania, Francia, China, Holanda, Países Nórdicos y Polonia; con actuaciones en prensa y soportes digitales (operadores turísticos, prensa especializada en viajes, etc.).



PÁGINAS ESPECIALES

COMUNITAT VALENCIANA

## ARES DEL MAESTRE

LA ATALAYA DE CASTELLÓN. VISITAMOS ESTE PUEBLO CASTELLONENSE QUE OFRECIE UNAS ESPECTACULARES VISTAS DE LA COMARCA DE L'ALT MAESTRAT. DESCUBRIMOS QUE CUENTA, ADemás, CON UN LEGADO PATRIMONIAL QUE SE REMONTA A TIEMPOS PREHISTÓRICOS Y CON UN ENTORNO NATURAL QUE ES TESTIGO DE LOS MODOS DE VIDA DE SU MUNDO PASADO.

**E**ste pequeño pueblo de poco más de 200 habitantes es uno de los más fotografiados de la Comunitat Valenciana. Parte de su encanto se debe a su privilegiada ubicación a 100 metros de altura, que lo convierte en un escenario ideal. Pero es por sus increíbles vistas. En su punto más alto se encuentra el faro de piedra de todos los caminos en Ares del Mestre. Al lado de la barandilla el municipio de Ares del Mestre, desde el siglo XVIII, ha sido el hogar de los habitantes de este pueblo. En el siglo XIX, cuando se construyó el faro, se levantó la iglesia de San Juan de la Cruz, que es un ejemplo de arquitectura del siglo XIX. Fue construida en el siglo XVIII.

En el camino que hemos la subida al castillo se encuentra el Molino de Ares, un gran molino de agua que se utilizó para moler trigo. Este molino es uno de los más antiguos de la zona y se utilizó para moler trigo para hacer pan. Este molino es uno de los más antiguos de la zona y se utilizó para moler trigo para hacer pan.

Entre molinos y arte rupestre. En el camino que hemos la subida al castillo se encuentra el Molino de Ares, un gran molino de agua que se utilizó para moler trigo. Este molino es uno de los más antiguos de la zona y se utilizó para moler trigo para hacer pan. Este molino es uno de los más antiguos de la zona y se utilizó para moler trigo para hacer pan.

Hay de diversas rutas senderistas. Entre ellas, destaca el Camino del Estanco de los Molinos, que recorre antiguos caminos de herradura utilizados en el siglo XVIII. El recorrido circular se plasma dentro de un molino en el mismo sentido en que lo hacía el agua. De esta forma se volaron las aguas para mejorar la complejidad del sistema hidráulico, si no quedaran en su estado natural, el agua de gran irregularidad. Una muestra muy interesante es la cueva de San Juan de la Cruz, que se encuentra en la zona de La Montaña. Estas cuevas albergan uno de los conjuntos de arte rupestre mejor conservados de toda la zona. El resultado, con pinturas que representan figuras humanas, animales y escenas de caza.

**Campaña de publicidad internacional:** La actuación en la campaña internacional planteó una estrategia multimedia en soportes offline y en medios digitales, combinando acciones de contenidos con publicidad convencional.

A través del mix de medios la campaña tuvo presencia en Reino Unido, Alemania, Francia, China, Holanda, Países Nórdicos y Polonia; con actuaciones en TV (Euronews, Eurosport), prensa y soportes digitales (operadores turísticos, prensa especializada en viajes, etc.).



Dentro de esta campaña, se realizaron actuaciones publicitarias focalizadas en mercados y situaciones concretas sirviendo de ejemplo la campaña de medios destinada al mercado británico con motivo de la situación de incertidumbre provocada por las noticias referentes al temporal 'Gloria, basada en una campaña de inserciones en medios impresos y publicidad programática basada en grandes medios y sitios de viajes.

**Campaña de emergencia Covid-19:** Se contrataron los servicios de diseño, producción y compra de medios de una campaña de publicidad autonómica informativa sobre las medidas de seguridad a adoptar por los agentes turísticos de la Comunitat Valenciana, residentes, turistas y visitantes ante el virus covid-19. La campaña se desarrolló desde el 26 de mayo hasta el 1 de septiembre de 2020, que desarrolló, entre otras, las siguientes acciones:

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

**VAMOS A LO SEGURO**  
Mediterráneo EN VIVO Y SEGURO  
Disfruta de una experiencia única en la Comunitat Valenciana, cumpliendo las normas de seguridad ante la COVID-19.

- Quédate en tu alojamiento si tienes síntomas
- Mantén una distancia de 1,5 metros
- Si no se puede mantener esa distancia, usa mascarilla
- Evita tocar la boca, la nariz y los ojos
- Lávate las manos bien con agua y jabón
- Evita la boca en el conducto al toser o estornudar

Informa: [www.vamosaloseguro.com](http://www.vamosaloseguro.com) 900 300 555

**AT THIS BEACH WE PLAY IT SAFE**  
RECOMMENDATIONS ON COVID-19 FOR ENJOYING SAFE BEACHES IN THE REGION OF VALENCIA

- Stay at home if you have symptoms.
- Keep a distance of 2 metres between others.
- If you cannot keep this distance, wear a mask.
- Obey the rules of the town hall and health and emergency departments.
- Obey the signs for entering and leaving.
- Do not throw away cigarette ends or rubbish on the beach.
- Avoid contact with surfaces, wearing footwear.
- Wash your hands after using public property.
- Do not touch your mouth, nose or eyes until you have washed your hands.

Informa: [www.vamosaloseguro.com](http://www.vamosaloseguro.com) 900 300 555

**VAMOS A LO SEGURO**  
Mediterráneo EN VIVO Y SEGURO  
Disfruta de una experiencia única en la Comunitat Valenciana, complint les normes de seguretat davant la COVID-19.

- Quedat's en la teua habitació si tens símptomes
- Mantén una distància de 1,5 metres
- Si no es pot mantenir aquesta distància, utilitza mascarilla
- Evita tocar la boca, la nariz i els ulls
- Làvate les mans bé amb aigua i sabó
- Evita la boca en el conducte al tossir o esternudar

Informa: [www.vamosaloseguro.com](http://www.vamosaloseguro.com) 900 300 555

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

**EL TURÍSTICO** - 20 de mayo de 2020

**EL PERIÓDICO DE VALENCIA** - 20 de mayo de 2020

**EN ESTA PLAYA VAMOS A LO SEGURO**  
RECOMENDACIONES EN VIVO LA COVID-19 PARA GOCERSE EN LA PLAYA DE FORMA SEGURA EN LA COMUNITAT VALENCIANA

- Quédate en casa si tienes síntomas, tanto si estás en casa como si estás en un alojamiento.
- Mantén una distancia de 1,5 metros entre otros.
- Si no se puede mantener esa distancia, usa mascarilla.
- Respetar las normas de acceso del Ayuntamiento, con sus limitaciones.
- No usar mascarilla ni protección en la playa.
- No hacer contacto con superficies, sillas o sombrillas.
- Utilizar las áreas de uso de información turística.
- No ir al baño ni tocar la arena, el agua o la roca de la playa ni jugar.

148 COMUNIDAD VALENCIANA

**Actuación publicitaria en el Maratón de Valencia 2020:** El Maratón Valencia es el segundo evento de Valencia tras las Fallas, generando un gasto turístico de 23 millones de euros y más de 226.000 pernoctaciones en su última edición, con participantes de más de 100 nacionalidades. Con el mensaje “Valencia te espera” se hizo llegar la imagen de Valencia a decenas de miles de aficionados a este deporte en el mundo en la prueba, que este año por las condiciones sanitarias derivadas de la Covid-19, fue ‘SOLO ÉLITE’.

Por todo ello, Turisme Comunitat Valenciana colaboró en la promoción del turismo de la Comunitat Valenciana a nivel internacional con las siguientes acciones publicitarias:

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



### 8.1.2 – Diseño creativities

#### Diseño creatividad campaña nacional e internacional oferta turística Comunitat Valenciana:

Contratación de un servicio para la realización de la creatividad y producción de soportes publicitarios para una campaña de publicidad nacional e internacional para la difusión de la oferta turística de la Comunitat Valenciana.

Durante 2020 se desarrolló la fase de adjudicación del contrato y desde julio hasta diciembre de 2020 se planificó la ejecución del contrato y se llevó adelante la estrategia creativa, la confección de los guiones de los spots, el rodaje del material para la confección de los spots de 1 minuto y parte de los spots de producto y la realización de las fotografías de campaña.

**Naming y Diseño creatividad lanzamiento Bono Viaje:** El Programa Bono Viaje Comunitat Valenciana responde a la urgente necesidad de tomar medidas que incentiven la demanda autonómica a fin de compensar la falta de demanda internacional y, en su caso, de algunos mercados nacionales, de tal forma que se puedan mantener los empleos de aquellos establecimientos que pudieran adherirse al programa.

Para la promoción del Programa se realizaron campañas de promoción y publicidad un desarrollo de piezas publicitarias con el Naming de campaña ViatgemCV.

Todas estas piezas han servido de apoyo para la difusión y lanzamiento del programa Bono a través de campañas de publicidad y acciones en redes sociales.



**Piezas audiovisuales con el fin de promocionar los productos y destinos turísticos durante el Covid 19:** A causa del estado de alarma y confinamiento debido a la expansión del virus COVID 19, se necesitaba activar acciones de comunicación adaptadas a las circunstancias especiales y para ello Turisme Comunitat Valenciana requirió la edición de material audiovisual para realizar dichas acciones de comunicación para trasladar mensajes adecuados al sector turístico en especial y al turista en general.

El objetivo era, por lo tanto, la creación y adaptación de piezas audiovisuales, para realizar la comunicación de Turisme Comunitat Valenciana en los distintos portales turísticos y RRSS asociadas con mensajes adaptados al estado de confinamiento y evolución constante por el estado de alarma provocado por el virus COVID 19.

Para ello se realizaron diversas piezas audiovisuales en conjunción con la estrategia de comunicación de Turisme Comunitat Valenciana a lo largo del periodo de confinamiento. En estos vídeos, con guiones realizados internamente desde Turisme, se trasladaba el anhelo por poder volver a disfrutar de la oferta de productos turísticos de la Comunitat Valenciana.



### 8.1.3. Ampliación de los derechos de locución, música, modelos y adaptación de los spots de Mediterráneo en Vivo

El objeto de esta contratación fue la ampliación por un año, a partir de julio de 2020, de los derechos de locución, música, modelos, la adaptación de los spots y demás conceptos necesarios para garantizar la correcta difusión en los diferentes soportes que forman parte de las campañas turísticas de la Comunitat Valenciana, tanto en el ámbito nacional como internacional.

- Ampliación derechos musicales un año, nacional e internacional
- Ampliación derechos de locución para la campaña nacional del spot genérico de 20'', interior 20'' y cultural 20'', tanto en castellano como en valenciano.
- Cuña genérica 20'', castellano y valenciano
- Derechos de imágenes de actores para TV y gráfica durante un año de 6 modelos jóvenes Denia, 2 modelos Montanejos, 2 modelos LGBT y un modelo Bodega.

Esta ampliación de la cesión de derechos permitió seguir con las actuaciones publicitarias hasta que se cuente con la nueva creatividad y producción de soportes publicitarios que dará continuidad a la actual campaña Mediterráneo en Vivo.

### 8.1.4. Servicio de locución y sonorización de videos en idiomas internacionales

Mediante este contrato se realizaron satisfactoriamente locuciones y sonorizaciones de diversos vídeos editados y guionizados con el fin de trasladar un mensaje responsable, "ME QUEDO EN CASA", a la vez que se emplazaba a los turistas a volver a la Comunitat Valenciana cuando la crisis acabara.

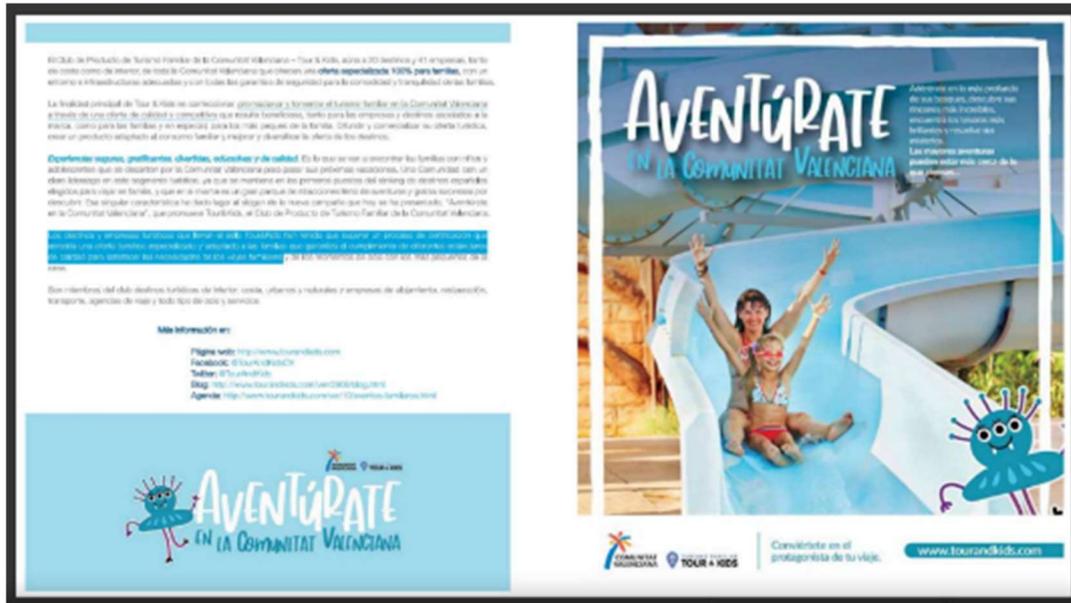
Estos vídeos se locutaron en inglés, alemán, francés, italiano y portugués.

### 8.1.5. Adaptaciones gráficas para el apoyo en la promoción turística

Durante los dos primeros meses del 2020 se continuó colaborando en la realización de paneles para Ferias, algunas de las cuales se vieron suspendidas con el Estado de Alarma. Además, se realizaron varias ferias virtuales a las que se ha aportado también material gráfico.

## 8.2. PROMOCIÓN ESPECÍFICA

Mediante convenios con asociaciones sectoriales y entidades locales para la promoción de productos y destinos turísticos se apoyaron en 2020 actuaciones que tenían 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 y entidades locales que lo promueven.



A estos efectos, Turisme CV firmó convenios de colaboración con las siguientes entidades:

BENEFICIARIOS	OBJETO
Asociación de Empresas de Turismo Activo	Acciones de publicidad y difusión del turismo activo de la Comunitat Valenciana
Ayuntamiento de Altea	Acciones de Marketing turístico y promoción del municipio de Altea
Ayuntamiento de Cocentaina	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: feria de todos los santos
Ayuntamiento de Gandía	Potenciar la ruta turística de la familia de los Borgia.
Ayuntamiento de Liria	Acciones de promoción del producto turístico del municipio de Liria
Ayuntamiento de Peñíscola	Plan de promoción del producto cinematográfico de Peñíscola y de la C.V.
Ayuntamiento de Sagunto	Plan de promoción turística del producto cultural a través de las artes escénicas en Sagunto y de la C.V.

BENEFICIARIOS	OBJETO
Ayuntamiento de Torrevieja	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Habaneras
Ayuntamiento de Xàtiva	Potenciar la ruta turística de la familia de los Borgia.
Asociación. Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes (AEVAV)	Acciones de promoción y comercialización de paquetes turísticos de la C.V.
Asociación Club de producto de alojamientos de interior de la C.V.-TEMPS	Apoyo de acciones de promoción y comercialización de la oferta turística de interior de la C.V.
Asociación de empresarios de campos de golf de la Costa Blanca y Comunitat Valenciana	Fomentar acciones de promoción de turismo de golf tanto a nacional como internacional.
Asociación de Hogueras Especiales de Alicante	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: las Hogueras de Alicante
Associació de promotors musicals de la Comunitat Valenciana	Actuaciones de marketing y promoción del producto del turismo musical.
Asociación promotores grandes festivales Musica CV	Acciones de promoción, difusión y desestacionalización turística bajo la marca mediterranean fest
Asociación Empresarial Valencia Premium	Promover acciones de turismo excelente en CV
Asociación de Empresas de Hostelería de Torrevieja y Comarca	Acciones de promoción y marketing de la oferta de hostelería restauración de Torrevieja.
Asociación Empresarial	Actuaciones de publicidad, promoción y comarketing para la

<p><b>Hotelera de Benidorm, Costa Blanca y Comunitat Valenciana- HOSBEC</b></p>	<p>difusión de la oferta de Benidorm, CostaBlanca y Comunitat Valenciana en mercado nacional e internacional, incidiendo en este último en el mercado británico (Brexit)</p>
<p><b>Asociación para la promoción del turismo familiar de la C.V.</b></p>	<p>Apoyo de la actividad de turismo familiar en la C.V.</p>
<p><b>Asociación Provincial de Hoteles de Alicante</b></p>	<p>Acciones de promoción y marketing de la oferta hotelera de Alicante.</p>
<p><b>Asociación de San Jorge</b></p>	<p>Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Moros y Cristianos de Alcoy</p>
<p><b>Associació Valenciana d'Empreses Productores de Teatre, Dansa i Circ- AVETID</b></p>	<p>Fomento de la imagen de València y la C.V. como referente turismo cultural y artes escénicas.</p>
<p><b>Confederación de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de la Comunitat Valenciana- COCEMFE</b></p>	<p>Colaboración para el impulso al turismo accesible en la CV, "turismo para todos"</p>
<p><b>Confederación de Empresarios de Hostelería y Turismo de la Comunitat Valenciana- CONHOSTUR</b></p>	<p>Promoción y desarrollo del producto gastronómico de la C.V.</p>
<p><b>Federación Empresarial de Camping y CV de la Comunitat Valenciana</b></p>	<p>Realización de acciones de promoción y dinamización de la oferta turística de campings de la C.V.</p>
<p><b>Federación de Sociedades Musicales de la Comunitat Valenciana</b></p>	<p>Promover el producto musical valenciano por excelencia de bandas de música locales</p>
<p><b>BENEFICIARIOS</b></p>	<p><b>OBJETO</b></p>

<b>Federación de ocio, turismo, juego, actividades recreativas e industrias afines de la C.V. (FOTUR).</b>	Colaboración en actuaciones promocionales de los productos de ocio y turismo de la C.V.
<b>Federación Fallas Sección Especial</b>	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Fallas de Sección Especial
<b>Federación Gestora de Gaiatas</b>	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Gaiatas de Castellón
<b>Federación Valenciana de Enoturismo de la Comunitat Valenciana</b>	Fomento y promoción de la Comunitat Valenciana destino turístico
<b>Feria muestrario Internacional de Valencia</b>	Acciones del turismo gastronómico (Gastrónoma). MICE, activo y deportivo
<b>Fundación Cultural Capella de Ministrers</b>	Activar y apoyar el producto turístico cultural a través de acciones de la música.
<b>Fundación Visit Benidorm de la C.V.</b>	Realización de actuaciones de marketing y promoción turística de Benidorm en el ámbito nacional e internacional.
<b>Fundación de Turismo de Montanejos de la Comunitat Valenciana</b>	Acciones de promoción y difusión del producto turístico en Montanejos
<b>Fundación Visit València de la Comunitat Valenciana</b>	Fomento de la imagen de la ciudad de València como referente en el turismo de los distintos productos, a destacar, el cultural, urbano, gastronómico, deportivo, familiar y de negocios (MICE).
<b>BENEFICIARIOS</b>	<b>OBJETO</b>

Institución Ferial Alicantina (IFA)	Apoyar las actuaciones del turismo gastronómico, náutico, cultural y familiar.
Instituto Seda España	Promover actuaciones de promoción turística del producto ruta de la seda
Asociación Club del Producto Turístico Introducing Castelló	Acciones de promoción y marketing de la oferta turística de la provincia de Castellón
Palau de les Arts Reina Sofía. Fundació de la Generalitat	Acciones de promoción y marketing de la cultura de la C.V. en colaboración con el Palau de les Arts Reina Sofía.
Patronato Municipal de Turismo de Alicante	Realización de acciones de promoción y marketing del producto turístico del municipio de Alicante
Patronato Municipal de Turismo de Castellón de la Plana	Acciones de promoción y difusión del producto turístico del municipio de Castelló de la Plana
Plataforma representativa estatal de personas con discapacidad física (PREDIF)	Colaboración para el impulso al turismo accesible en la Comunitat, "turismo para todos"
Productors audiovisuals valencians	Impulsar el turismo cinematográfico y propiciar acciones que comportan favorecer espacios de la Comunitat Valenciana como plató de rodaje
Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana	Promoción Turisme CVCVCV
<b>BENEFICIARIOS</b>	<b>OBJETO</b>
Asociación Unesco Valencia	Promover actuaciones de promoción turística del producto ruta de

Mediterráneo	la seda
Organismo autónomo VISITELCHE	Potenciar la promoción turística en la ciudad de Elche

### 8.3. MARKETING ON LINE

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

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

#### 8.3.1. Portal turístico [www.comunitatvalenciana.com](http://www.comunitatvalenciana.com)

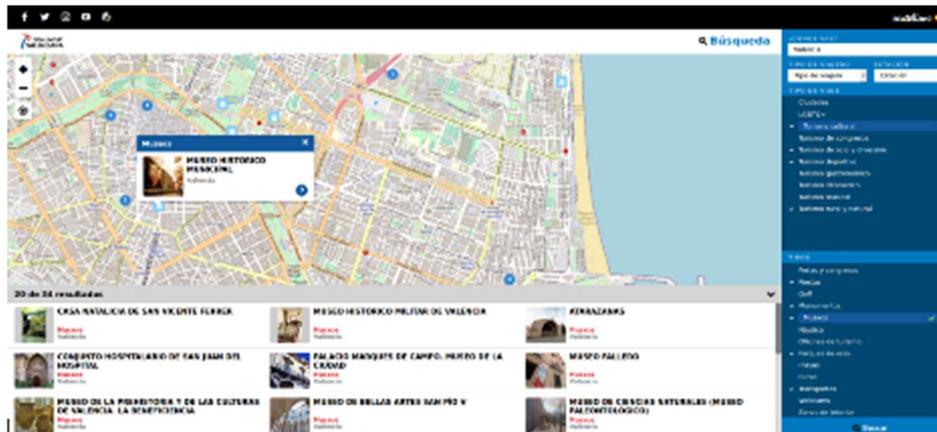
El 2020 fue un año diferente en todos los aspectos, y en lo que se refiere al portal turístico no iba a ser menos, en primer lugar, tenemos el impacto de la pandemia, y en segundo lugar tenemos un cambio sustancial, ya que, a partir de mayo, el portal turístico [www.comunitatvalenciana.com](http://www.comunitatvalenciana.com) presentó su nueva versión con todo lo que ello implica, nueva imagen, nueva tecnología, nuevos contenidos y secciones, y nueva estrategia.



El nuevo portal desarrolla una serie de **nuevas funcionalidades** que lo convierte en mucho más, se trata del **Sistema de Gestión Integral del Destino Comunitat Valenciana**, herramienta

omnicanal, que permite el acceso a los contenidos desde cualquier tipo de dispositivo, y que está formado por los siguientes elementos.

**Portal turístico.** Interface Web multicanal y responsive, dotado de inteligencia Web que presenta los contenidos turísticos de la Comunitat Valenciana, y que, de una manera muy intuitiva, permite al viajero localizar recursos turísticos de forma ágil, gracias al buscador y al **Geoportal**, que le permite ver sobre el mapa los resultados de sus búsquedas.



Asimismo, la herramienta ofrece contenido recomendado y personalizado según criterios de navegación o idioma, entre otros. Desde este nuevo Escaparate Turístico, el viajero tiene la posibilidad de organizar su viaje a través del **Travel Planner**.

Además, gracias a su **Plataforma Profesional**, el portal permite la gestión de la información turística a terceros, como por ejemplo las Tourist Info, y en un futuro a los titulares de las empresas turísticas, lo que la convierte en una potente herramienta de información y comunicación, mediante la que se podrán crear y actualizar contenidos de los distintos recursos turísticos, asegurando así la veracidad y el mantenimiento de los datos, convirtiéndose en un canal de información online y promoción del destino turístico.

Los recursos multimedia, imágenes, vídeos... son el recurso más importante de un portal turístico como este, y todos estos recursos, se almacenan en la **Enciclopedia de Contenidos**, herramienta que permite el almacenamiento centralizado y la distribución de los elementos multimedia al SGIDCV y a terceros.

Y finalmente, el portal Turístico se ha convertido en el **repositorio centralizado** de recursos turísticos de la Comunitat Valenciana, gracias a la sincronización con otras bases de datos, el portal Turístico ofrece los contenidos del **propio portal** y el **geoportal**, ha integrado las bases de datos del antiguo **Winsitur**, y se sincroniza, tanto con la base de datos de **Experiencias de la Comunitat Valenciana** como con el **Registro Oficial de Empresas**, convirtiéndose en el escaparate del turismo de la Comunitat Valenciana.

Con todo ello, el portal turístico [www.comunitatvalenciana.com](http://www.comunitatvalenciana.com) recibió en 2020 algo más de 2,4 millones de visitas de casi 900.000 usuarios procedentes principalmente de España (70,34%) y de los mercados emisores más consolidados para la Comunitat Valenciana, como son Francia (4,38%), Reino Unido (4,89%), Alemania (5,18%), Bélgica (2,12%) y Holanda (1,68%); si bien cabe destacar que las visitas al portal desde Estados Unidos (3,15%) continúan un año más por

delante de Bélgica y Holanda. Las visitas procedieron de 209 países distintos.

Si atendemos al dato de las versiones idiomáticas del portal, y tenemos en cuenta los dos factores importantes del 2020, observamos que los usuarios se repartieron de la siguiente manera:

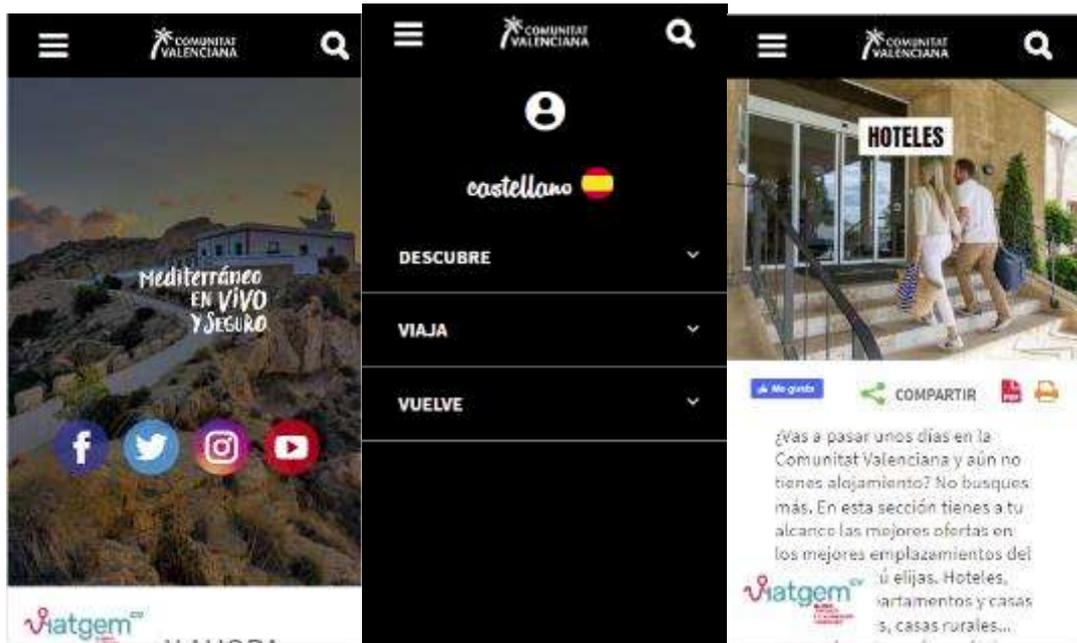
IDIOMA	PORCENTAJE 2020	PRE-COVID 1ENE- 13MAR	PANDEMIA 14MAR-31DIC	ANTIGUO PORTAL 1ENE-26MAY	NUEVO PORTAL 27MAY-31DIC
Español	62,92%	59,81%	65,69%	62,17%	64,87%
Valenciano	1,39%	1,2%	1,45%	1,23%	2,65%
Inglés	12,02%	14,41%	11,2%	13,25%	10,95%
Francés	5,9%	4,27%	6,12%	4,03%	6,46%
Alemán	6,11%	6,53%	6,01%	6,45%	5,9%

Se aprecia un ligero aumento en las visitas al portal, en español, valenciano y francés, y un descenso en las correspondientes a los idiomas inglés y alemán, debido al cambio de motivaciones por la pandemia.

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

DISPOSITIVO	PRE-COVID 1ENE-13MAR	PANDEMIA 14MAR-31DIC	ANTIGUO PORTAL 1ENE-26MAY	NUEVO PORTAL 27MAY-31DIC
Ordenador	98,73%	53,23%	98,66%	37,31%
Móvil	0,56%	42,33%	0,57%	57,01%
Tablet	0,71%	4,44%	0,77%	5,69%

Los porcentajes Pre-Covid coinciden prácticamente con los del portal antiguo, por lo que este cambio de tendencia ha sido producido por el nuevo portal, ya que gracias a su tecnología **responsive**, se adapta a todos los formatos, independientemente del dispositivo utilizado.



Casi un 39% de las páginas visitadas en el portal fueron contenidos relacionados con la red de Webcams de la Comunitat Valenciana, con un ligero aumento sobre al año anterior, mientras que los contenidos de tipo Agenda no llegaron siquiera al 2%, fiel reflejo de la situación de este año 2020, ya que prácticamente la totalidad de la actividad de eventos estuvo paralizada.

En cuanto al boletín turístico, el número total de suscriptores activos a final del 2020 fue de algo más de 14.000, distribuyéndose por idiomas según la siguiente tabla:

IDIOMA	Nº SUSCRITORES A 31/12/2020	% SUSCRITORES A 31/12/2020
Español	11.108	78,03%
Inglés	1.760	12,36%
Francés	536	3,77%
Alemán	522	3,67%
Valenciano	310	2,18%
TOTAL	14.236	100%

### 8.3.3 Red de Webcams

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

actuaciones:

- Se adjudicó el concurso de mantenimiento en el que se incluyó la renovación completa de las cámaras, a razón de 19 equipos por anualidad. Durante el 2020 y a pesar de los inconvenientes derivados de la pandemia, se instalaron las primeras 19 cámaras, mejorando en tecnología y con ello en la calidad de la imagen, e implementando el sistema de autolimpieza programado para que se realice periódicamente, y con la posibilidad de forzar la limpieza en caso necesario.

#### NUEVOS EQUIPOS



#### APLICACIÓN DEL SISTEMA DE AUTOLIMPIEZA

##### ALBORAYA - PORT SAPLAYA



Antes

##### ALBORAYA - PORT SAPLAYA



Después

- Se tramitaron 28 peticiones a través de Telefónica, con el fin de mejorar las conexiones de los equipos con el fin de conseguir conexiones rápidas y estables que permiten la

reproducción en streaming.

- Se finalizó el 2020 con 3 webcams, Sant Mateu, Burriana y Cocentaina, publicadas en el portal, en modo piloto, en versión streaming, ofreciendo una mejor calidad de la imagen y por supuesto, a video real. Además, y como novedad se implementó el video Timelapse, que reproduce las 24 horas del día anterior en apenas un minuto y medio. Estamos en disposición de publicar más cámaras en streaming, por lo que en los próximos meses el número de cámaras en este formato se incrementará considerablemente, consiguiendo el 100% de la red a la finalización del presente contrato de mantenimiento.

#### 8.3.4. Estrategia de Marketing Online para la Comunitat Valenciana

Mayo de 2020 marcó el inicio de la IIª Estrategia de Marketing Online para la Comunitat Valenciana de 24 meses de duración, esto es, hasta el 28 de mayo de 2022. Durante los meses anteriores a la firma del contrato, Marketing Online trabajó en la difusión de contenidos en redes sociales y en todas las tareas precisas previas al lanzamiento del nuevo portal turístico, que se publicó el 27 de mayo.



**Estrategia en redes sociales de enero a mayo. Acciones y aumento del número de seguidores en RRSS:** Dada la irrupción de la crisis sanitaria del COVID\_19, se lanzaron varias dinámicas en RRSS pensadas para mantener el interés por nuestro destino a la expectativa de ver la evolución del mercado.



Publicado el 31 de marzo de 2020

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

Con dicho hashtag se publicaron en redes los siguientes contenidos:

- **Video emocional en Youtube:** <https://youtu.be/Wl6sPysHbe4>  
Alcanzando las 4.038 reproducciones y 138 me gustas
- **Video emocional en Twitter:**  
[https://twitter.com/c\\_valenciana/status/1252327897999839238](https://twitter.com/c_valenciana/status/1252327897999839238)  
Con un alcance de 16.000 impresiones y 441 interacciones
- **Video emocional en Instagram TV:** [https://www.instagram.com/tv/B\\_NxOu5lzx/](https://www.instagram.com/tv/B_NxOu5lzx/)  
Con 6104 reproducciones, 1078 likes y 48 comentarios
- **Video emocional en Facebook:**  
<https://www.facebook.com/comunitatvalenciana/videos/232837194591979>  
Con 25.000 reproducciones, 601 likes y 35 comentarios  
Casi 100.000 personas alcanzadas. 6000 interacciones y 653 veces compartido
- **También en inglés, para los mercados internacionales:**  
<https://www.youtube.com/watch?v=k1CLaDyNpBM>  
228 reproducciones y 14 likes  
Dicho vídeo se tradujo así mismo a portugués, francés, alemán e italiano.

Dentro de la campaña **#SueñaElMediterráneoEnVivo** se posteó en todas las RRSS píldoras de vídeo de productos turísticos como Cicloturismo, Buceo, Birdwatching, Montaña, Ciudades, Playas, Pueblos, Cultura, etc.



Publicado el 9 de mayo de 2020

Vuelve a pedalear: <https://youtu.be/Qw9ezUnurXQ>

Vuelve a bucear: <https://youtu.be/CWQpLGjxEs>

Vuelve a observar aves (Birdwatching): <https://youtu.be/eMyk6AHMKe4>

Vuelve a mojarte: <https://youtu.be/oXZ4fpCa0Es>

Vuelve a ir a la montaña: <https://youtu.be/unuc06SpZEo>

Vuelve a vivir la ciudad: <https://youtu.be/IT9mZfOudFM>

Vuelve a sentir la brisa (playas): <https://youtu.be/Wkxf87vpUaQ>

Vuelve al pueblo: <https://youtu.be/xNlx4z5yWlk>

Habiendo conseguido un alcance total de:

Facebook: 20.600 usuarios impactados

Twitter: 3.207 usuarios impactados

Instagram: 55.000 usuarios impactados

En una primera fase de la crisis sanitaria mundial Turisme Comunitat Valenciana invitó a los seguidores a compartir las mejores vistas de la Comunitat Valenciana desde sus balcones bajo el hashtag **#DesdeMiBalcón**.



Publicado el 20 de abril de 2020

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

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



Publicado el 17 de abril

Desde el **perfil principal en FB** se dio difusión a todas las iniciativas llevadas a cabo por la **red de Tourist Info** (*visitas virtuales 360º, juegos, retos, galerías, dinámicas, trailers...*)

VISIT ALTEA 

Vídeo con impresionantes **vistas aéreas de Altea**:

<https://www.facebook.com/visitaltea/posts/2875894785836801>

VISIT BENIDORM 

Vídeo con **vistas de**

**Benidorm**:  <https://www.facebook.com/visitbenidorm/posts/3459877850705707>

Espectacular vídeo del **sonido del mar Mediterráneo** desde Benidorm:

<https://www.facebook.com/visitbenidorm/videos/511990529684799/> 

Tour virtual del Parque Natural de Serra Gelada:

<https://www.facebook.com/visitbenidorm/videos/622344291943247/> 

#### ORIHUELA TURÍSTICA

Puzzle del Museo de Arte Sacro de Orihuela:

<https://www.facebook.com/oturistica/posts/1599542103548354> 

VISIT ELCHE  Vídeo de la lluvia sobre el Gran Palmeral de Elche:

<https://www.facebook.com/visitelche/videos/2560157827566633/> 

#### TOURIST INFO ALICANTE

Vídeo del Mediterráneo a día de hoy:

<https://www.facebook.com/touristinfoalicante/videos/3173981872742866/>

Con dichas acciones se consiguió alcanzar un crecimiento del número de seguidores en las distintas RRSS que se detalla a continuación:

**FB: 4.372 nuevos seguidores.**

**TW: 1.201 nuevos seguidores.**

**IG: 6.026 nuevos seguidores.**

Una vez adjudicado el contrato de la Estrategia de Marketing Online, las tareas se ampliaron. En concreto la Estrategia abarcó las siguientes cinco subestrategias: Estrategia de Marketing de Contenidos, Estrategia en redes sociales y con influencers, Estrategia de email marketing y Base de Datos, Estrategia de SEM y Publicidad online y Estrategia o Plan de Medición, Comunicación y Eventos.

<b>A. ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDOS</b>
Administración y dinamización del escaparate turístico
Videoblog turístico de la CV
Agenda de eventos turísticos y fiestas de la CV
<b>B. ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES E INFLUENCERS</b>
Estrategia redes sociales
Estrategia con influencers
Estrategia Mobile Marketing
<b>C. ESTRATEGIA EMAIL MARKETING Y BBDD</b>
<b>D. ESTRATEGIA SEM Y PUBLICIDAD</b>
Publicidad en operadores turísticos y agencias online
Redes sociales viajeras y metabuscadores
Estrategia SEM y publicidad
<b>E. PLAN DE MEDICIÓN, COMUNICACIONES Y EVENTOS</b>

#### A. Estrategia de Marketing de Contenidos:

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

Los contenidos ofrecidos en internet deben ser originales, estar adaptados al medio y ofrecer una imagen positiva, evocadora, inspiradora y actual de la Comunitat Valenciana. Por ello se ha trabajado en dicha tarea habiendo conseguido generar durante el ejercicio 2020 los siguientes contenidos en los 5 idiomas del portal (ES, VAL, EN, FR y DE):

#### Contenidos editoriales:

TIPO DE CONTENIDO	CONTENIDOS	URL GENERADAS
Páginas de destino	36	180
Noticias sobre eventos	48	240
Propuestas de viaje	84	420
Nuevos contenidos	35	175
<b>TOTAL</b>	<b>203</b>	<b>1.015</b>

#### Contenidos audiovisuales:

TIPO DE CONTENIDO	CONTENIDOS
Microvídeos	196
Imágenes Shooting	2.414
Imágenes para contenidos	516
Imágenes Agenda eventos	720
<b>TOTAL</b>	<b>3.846</b>

Fichas de producto:

TIPO DE CONTENIDO	CONTENIDOS	URL GENERADAS
Fichas de producto (monumentos, museos, parques naturales, espacios naturales, ...)	72	360



Sección webcams y de playas. Fichas de empresas turísticas, agenda y Fiestas:

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

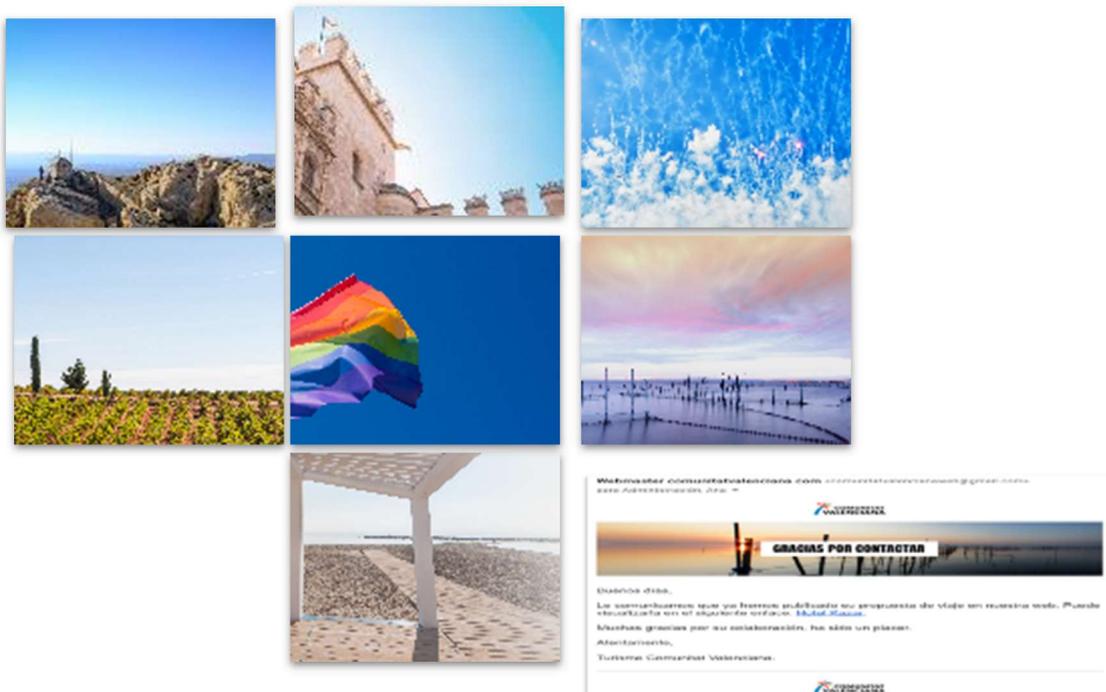
Además, se hizo una revisión de todas las páginas de playa específicas y se actualizaron las Banderas Azules de 2020 así como las imágenes de 85 empresas turísticas con las que se contactó para la elaboración de las Propuestas de Viaje del portal.

TIPO DE CONTENIDO	PÁGINAS OPTIMIZADAS	URL ACTUALIZADAS
Webcams	30	150
Playas- Provincia	3	15
Playas- Localidad	52	260
Agenda	540	2.700
Fiestas	12	60

**Videoblog:**

El videoblog de la Comunitat dispone de su propia estrategia tanto en el mercado nacional como en el internacional. Ya no solo se ofrecen contenidos deportivos, sino también contenidos relacionados con un abanico más amplio de categorías definidas en la Estrategia: Actividades y Planes, Arte y Cultura, Fiestas y Eventos, Gastronomía, LGBTI+, Naturaleza y Sostenibilidad y Turisme Accesible e Inclusivo

Durante 2020 se trabajó en la elaboración de la estrategia de contenidos para el VideoBlog, habiéndose terminado las tareas de *namings*, la definición de las categorías de los contenidos (Actividades y Planes, Arte y Cultura, Fiestas y Eventos, Gastronomía, LGBTI+, Naturaleza y Sostenibilidad y Turisme Accesible e Inclusivo), la estrategia de publicación, la dirección de arte, la tipología de contenidos, la estrategia de SEO y la de optimización de los videos para Youtube; así como el desarrollo de la arquitectura necesaria en el portal turístico para alojar dicho videoblog que, con el tiempo, ofrecerá contenidos adhoc creados tanto para el mercado nacional como para los internacionales (en inglés, alemán y francés).



Asimismo, finalizó la edición de 41 videos y se definió el contenido del video lanzamiento del Video Blog de la Comunitat Valenciana.

**B. Estrategia de redes sociales e Influencers**

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

Es importante que los contenidos nacionales y también los internacionales estén planificados acorde a los gustos y necesidades de los mercados emisores hacia la Comunitat Valenciana.

En diciembre de 2020 el número de seguidores de la Comunitat Valenciana por red fue el siguiente:

	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	YOUTUBE
Seguidores	265.116	112.748	94.675	3.437

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

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



*Ejemplo de un content calendar*

Acciones a destacar en redes sociales:

### Guías de destino de Alicante y València en IG



Sorteos:

En 2020 se celebraron 3 sorteos pensados para aumentar el número de seguidores:

- **Entradas a Bioparc:** Se sortearon dos entradas entre todos los participantes que comentaron la publicación.
- **Caja Naranjas:** Sorteo en colaboración con la IGP Cítricos Valencia. Se regalaron 10 cajas de naranjas entre todos los participantes.
- **Productos navideños:** Sorteo en colaboración con la D.O. Utiel-Requena y la D.O. Jijona. Se sortearon 3 cajas de productos valencianos navideños que incluían 3 botellas de vino y 4 tabletas de turrón

**Acción World Paella Day:**

Se realizó difusión del evento World Paella Day organizado por Visit Valencia en el mes de septiembre.

**València Cuina Oberta:**

Se realizó difusión de la acción celebrada en València en el mes de julio.

**Calendario de Adviento:**

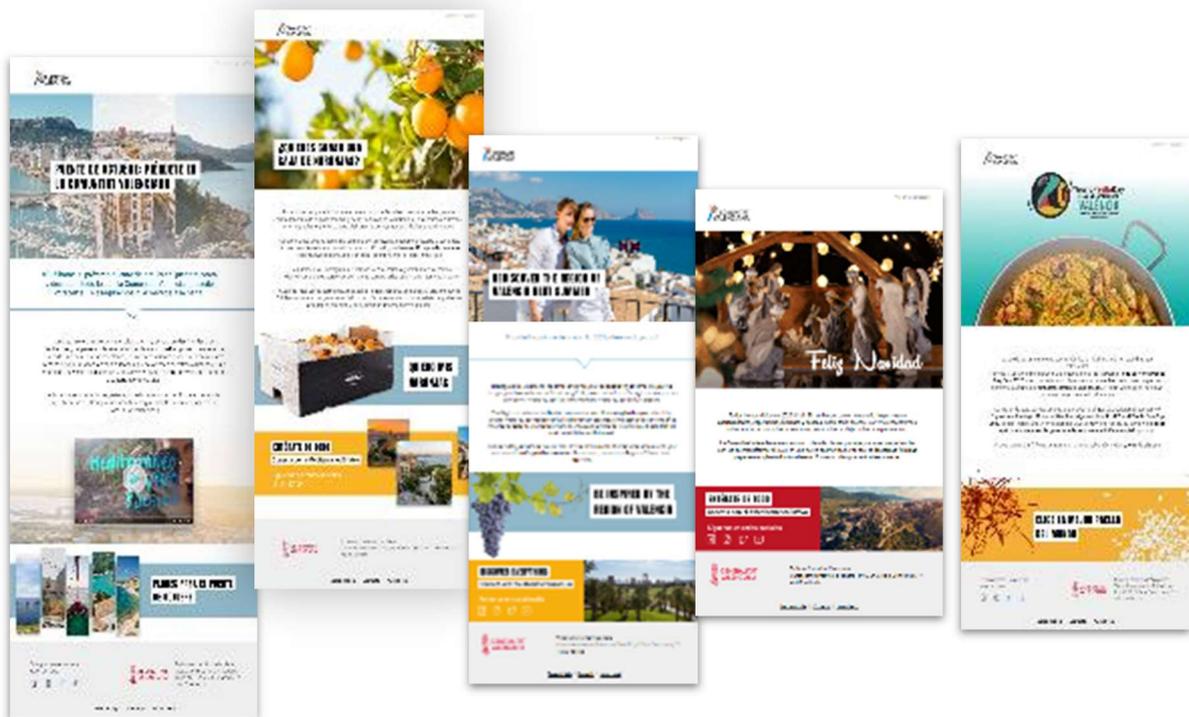
Del 1 al 24 de diciembre se publicó un calendario de adviento en Instagram Stories con motivo de la Navidad. Ese calendario incluía curiosidades de la Navidad valenciana, recetas de productos gastronómicos navideños y juegos para animar a la audiencia a participar.

### C. Email Marketing

La estrategia de envío de boletines a los suscriptores se modificó en 2020 pasando a ser una estrategia en la que se hacen 4 tipos distintos de envío:

1. Boletín **inspiracional nacional** enviado 1 vez al mes
2. Boletín **inspiracional internacional** enviado 6 veces al año
3. Boletín **informativo nacional**, enviado 1 vez al mes.
4. Boletín **especial** o de campaña: enviado 1 vez al mes.

Durante 2020 la segmentación que se trabajó es la del IDIOMA de suscripción al boletín en castellano, valenciano, inglés, francés y alemán.



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

Todo pasa, todo llega, ya estamos aquí de vuelta.
Visita la Comunitat Valenciana y conecta con el Mediterráneo en Vivo
Vuelve a disfrutar de la Comunitat Valenciana, ¡te esperamos!
Vive un septiembre diferente y seguro en la Comunitat Valenciana
¿Cuál será la mejor paella del mundo?
¡No te pierdas ningún plan en la Comunitat Valenciana!
Vive el puente de octubre que mere
En octubre elige disfrutar. Elige Comunitat Valenciana
Los mejores planes para otoño
Apostamos por nuestros territorios, tenemos mucho que ofrecerte

Vive un noviembre diferente en la Comunitat Valenciana
Encuentra los mejores planes en la Comunitat Valenciana
¿Quieres ganar una caja de naranjas?
Este diciembre queremos inspirarte
Diciembre es el mes de regalar momentos y experiencias
Compartimos las ganas de volver a vernos en la Comunitat Valenciana
Choose the Region of Valencia this Boxing Day

#### D. SEM Y PUBLICIDAD DIGITAL

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

Los resultados medidos en impresiones obtenidas en cada uno de los canales mencionados en el periodo comprendido entre julio y diciembre 2020 fueron:

	IMPRESIONES OBTENIDAS
OTAs (6)	15.650.993
Metabuscadores (2) y RRSS Viajeras (2)	3.082.983
Social Ads + Google Ads	20.463.306

**OTAs, *online travel agencies*** : atrapalo.com, Destinia, e-Dreams, logitravel, Expedia, lastminute.com/rumbo

**Metabuscadores:** Skyscanner y Tripadvisor

**Redes sociales viajeras:** Passporter y minube.com

Con el objetivo común a todas las OTAs de generar visibilidad de la marca Comunitat Valenciana para conseguir un aumento de las reservas, y dirigiéndose ya bien fuera solo al mercado nacional o también al internacional, las acciones realizadas por las 6 OTAs seleccionadas para la Estrategia de Marketing Online del 2020, fueron las siguientes:



<b>Mercados objetivo</b>	España.
<b>Acciones realizadas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campaña Puente de octubre</li> <li>- Envío de Newsletter.</li> <li>- Campaña de Branding</li> <li>- Optimización de Microste</li> </ul>
<b>Canales</b>	Web +App + RRSS + Email

## DESTINIA

Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania.
Acciones realizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campaña Puente de octubre (Nacional)</li> <li>- Campaña de Branding (Nacional e Internacional)</li> <li>- Campaña Boxing Day para Reino Unido.</li> <li>- Optimización de Microste</li> </ul>
Canales	Web + App



Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania.
Acciones realizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campaña Puente de octubre (Nacional)</li> <li>- Campaña de Branding (Nacional e Internacional)</li> <li>- Post promocionado en Redes Sociales.</li> <li>- Campaña Boxing Day para Reino Unido.</li> <li>- Optimización de Microste</li> </ul>
Canales	Web + App + RRSS



Mercado	España.
Acciones realizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campaña Puente de octubre.</li> <li>- Campaña de Branding</li> <li>- Post promocionado en Redes Sociales.</li> <li>- Optimización de Microste</li> </ul>
Canales	Web + App + RRSS

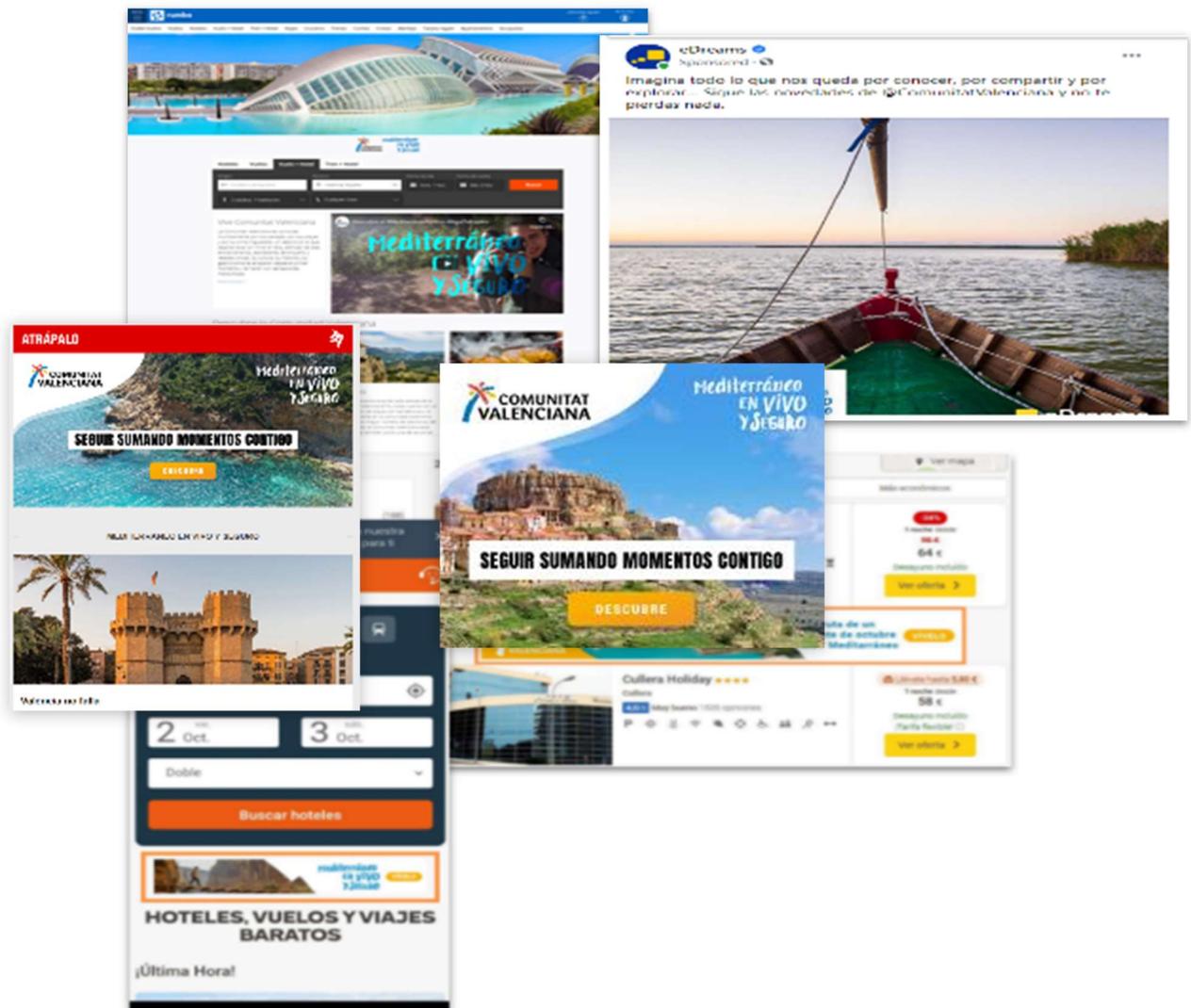


Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania.
Acciones realizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campaña Puente de octubre.</li> <li>- Campaña de Branding</li> <li>- Optimización de Microste</li> </ul>
Canales	Web + App

lastminute.com



Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania.
Acciones realizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campaña Puente de octubre (Nacional)</li> <li>- Envío de Newsletter.</li> <li>- Posts Promocionados en Redes Sociales.</li> <li>- Campaña Boxing Day para Reino Unido.</li> <li>- Optimización de Microste</li> </ul>
Canales	Web + App + RRSS + Email



Metabuscadores

Teniendo como objetivo principal la generación de visibilidad de la marca Comunitat Valenciana para aumentar las reservas, y dirigiéndose a los mercados nacional y/o internacional, se llevaron a cabo las siguientes acciones en los canales que se pueden ver a continuación:



Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania.
Acciones realizadas	Campaña Branding.
Canales	Web + App



Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania.
Acciones realizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campaña Puente de octubre (Nacional)</li> <li>- Campaña Branding (Nacional)</li> <li>- Campaña Boxing Day Reino Unido.</li> </ul>
Canales	Web + App

Redes sociales viajeras:



Mercado objetivo	España.
Acciones realizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campaña Puente de octubre.</li> <li>- Menciones de la cuenta de Instagram de la Comunitat Valenciana por influencers locales.</li> <li>- Campaña Sorteo en Instagram de una cámara fotográfica.</li> </ul>
Canales	Web + App + RR.SS



Mercados objetivo	España y Reino Unido.
Acciones realizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campaña Puente de octubre.</li> <li>- Publicación de post en el blog de la web.</li> <li>- Campaña Branding (Nacional)</li> </ul>
Canales	Web + App

## SEM

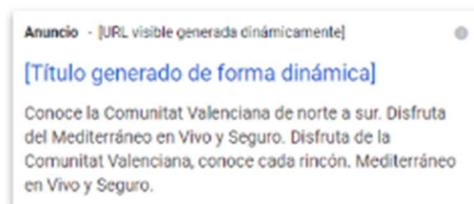
En cuanto a las **campañas de Ads**, tanto en Facebook como en Twitter, Instagram y Youtube tuvieron alcance nacional durante las primeras semanas con unos objetivos y también internacional (Reino Unido) durante el mes de diciembre de 2020 aprovechando la celebración del Boxing Day, 26 de diciembre.

	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
FACEBOOK ADS	Nacional: Campaña de aumento de seguidores.	Nacional: Campaña de aumento de seguidores.	Nacional: Campaña de aumento de seguidores. Internacional: Campaña Boxing Day.
INSTAGRAM ADS	Nacional: Campaña de aumento de seguidores + Promoción de concurso.	Nacional: Campaña de aumento de seguidores + Promoción de concurso.	Nacional: Campaña de aumento de seguidores + Promoción de concurso. Internacional: Campaña Boxing Day.
TWITTER ADS	Nacional: Campaña de aumento de seguidores.	Nacional: Campaña de aumento de seguidores.	Nacional: Campaña de aumento de seguidores. Internacional: Campaña Boxing Day.
YOUTUBE ADS		Nacional: Campaña de aumento de seguidores.	Nacional: Campaña de aumento de seguidores.



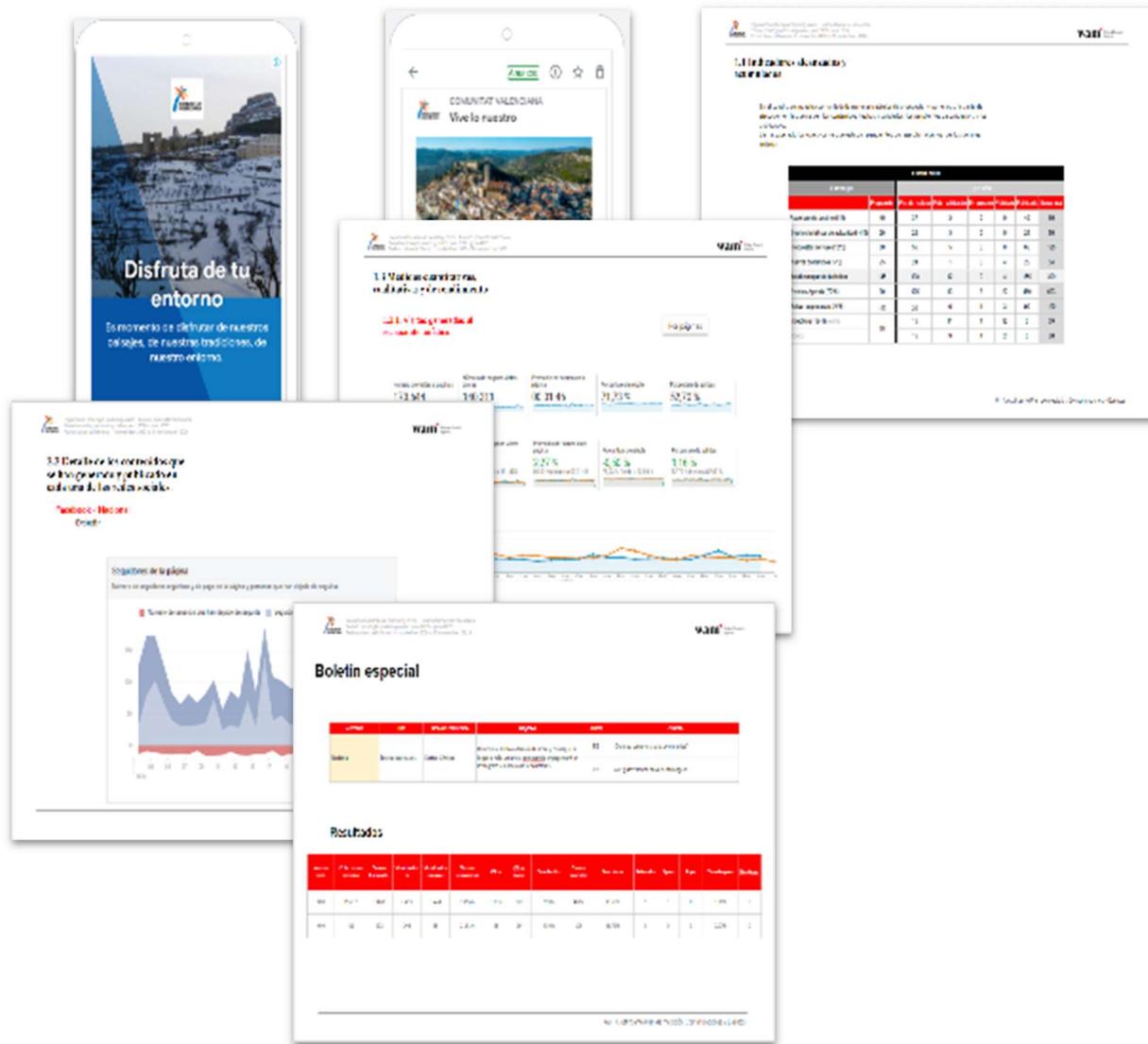
Las campañas mensuales de Display y Search en Google Ads llevadas a cabo con diversos formatos, tuvieron como objetivos principales **dar visibilidad a la marca Comunitat Valenciana** y **generar tráfico al portal**, siendo los mercados a los que iban dirigidas tanto el nacional como el internacional,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

*Campaña Search*



**D. Plan de Medición, Comunicación y Eventos**

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



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

Se considera que algunas **CAMPAÑAS** llevadas a cabo en 2020 son especiales porque se han invertido en ellas recursos y medios de todas las subestrategias del proyecto:

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

- En el portal turístico se obtuvieron un total de **344 sesiones** en la página de destino en español y valenciano.
- En redes sociales, se obtuvieron **122.415 impresiones** en Facebook, **60.332 impresiones** en Twitter y **89.225 impresiones** en Instagram.
- El envío del correo electrónico se realizó al mercado nacional y local y obtuvo una visualización de **2.992 aperturas**.
- La campaña realizada en los canales de Social Ads obtuvo más de **176.000 impresiones** y **1560 interacciones**.

- Las campañas realizadas con las OTAS, redes sociales viajeras y metabuscadores alcanzó más de 5,7 millones de impresiones y 15 mil clicks.

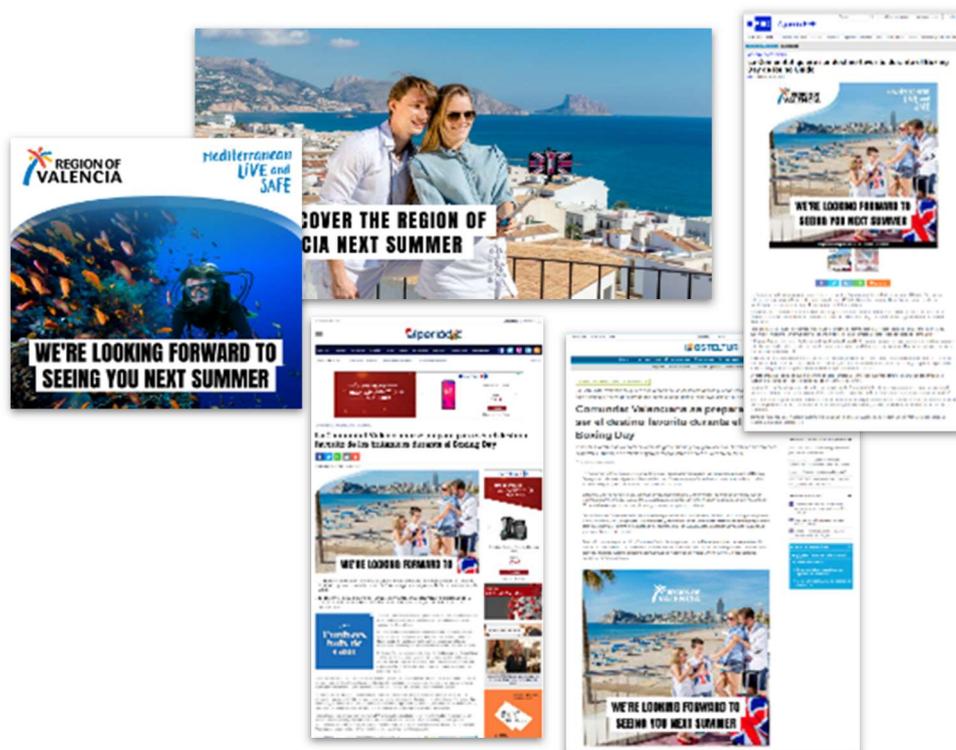
**CAMPAÑA del Bono Viaje para el mercado autonómico con acciones** en el portal turístico, RRSS, el boletín, SEM con Social Ads, OTAS, metabuscadores y redes sociales viajeras y difusión en medios con los siguientes resultados:

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

### CAMPAÑA del Boxing Day

El objetivo de la campaña era **potenciar el turismo británico**, promocionar el destino e incitar a la compra del viaje para verano con motivo del Boxing Day, jornada festiva en Reino Unido e Irlanda en la que muchos comercios están abiertos y durante la cual, en los últimos años, se eleva el gasto en compras. Se realizaron acciones en rrrs, Email Marketing, SEM en Social Ads, OTAS, metabuscadores y redes sociales viajeras y Difusión en medios alcanzándose los siguientes resultados:

- Casi **2.341 impresiones** en redes sociales y un total de **127 interacciones**
- El alcance en Facebook Ads de **+155.000 usuarios** y **245.232 impresiones**
- Casi **medio millón** de impresiones reales en el conjunto de acciones con las OTA's



### 8.3.5. Estrategia de Marketing Online para los mercados lejanos: China y Rusia

**Mercado ruso:** Los elementos básicos de este proyecto son el desarrollo de una página web localizada y la dinamización de las redes sociales propias del mercado ruso con publicidad en diferentes.

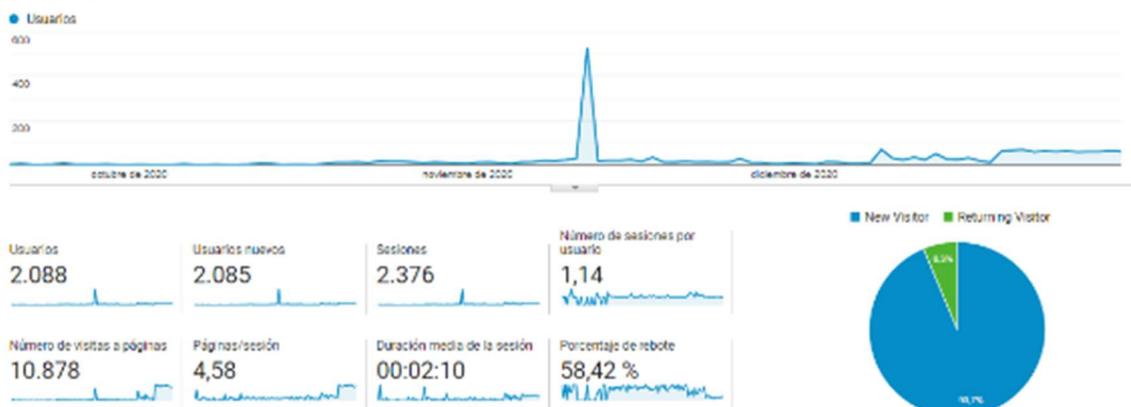
Por ello, en 2020, se han realizado las siguientes acciones:

- Puesta en marcha y publicación de la web en ruso <https://ru.comunitatvalenciana.com/> (habiéndose contratado un servidor onsite para este fin) el 20 de septiembre de 2020.



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

#### Visión general de las visitas (20 Septiembre – 31 Diciembre 2021)



- Visitas de usuarios: 2.088
- Nº de sesiones por usuario: 2,37
- Nº de visitas a páginas: 10.878
- Páginas/sesión: 4,58
- Duración media de la sesión: 00:02:10
- Porcentaje de rebote: 58,42%

**Fuentes de tráfico:**

Las fuentes de tráfico o canales de donde llegaron las visitas a la web en RU fueron:

1. Social (proveniente de redes), 782 sesiones, 32,91 %
2. Directo (ingresando la url del portal en RU), 652 sesiones, 27,44 %
3. De referencia (tráfico desde enlaces externos al portal), 548 sesiones, 23,06%
4. Orgánico (utilizando un buscador), 394 sesiones, 16,58%

Default Channel Grouping	Adquisición			Comportamiento			Conversiones		
	Usuarios <sup>↑</sup> <sub>↓</sub>	Usuarios nuevos <sup>↑</sup>	Sesiones <sup>↑</sup>	Porcentaje de rebote <sup>↑</sup>	Páginas/sesión <sup>↑</sup>	Duración media de la sesión <sup>↑</sup>	Tasa de conversión del objetivo <sup>↑</sup>	Objetivos cumplidos <sup>↑</sup>	Valor del objetivo <sup>↑</sup>
	2.088 % del total: 100,00 % (2.088)	2.085 % del total: 100,00 % (2.085)	2.376 % del total: 100,00 % (2.376)	58,42 % Media de la vista: 58,42 % (0,00 %)	4,58 Media de la vista: 4,58 (0,00 %)	00:02:10 Media de la vista: 00:02:10 (0,00 %)	0,00 % Media de la vista: 0,00 % (0,00 %)	0 % del total: 0,00 % (0)	0,00 US\$ % del total: 0,00 % (0,00 US\$)
1. Social	708 (32,95 %)	702 (32,67 %)	782 (32,91 %)	84,65 %	1,37	00:00:46	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
2. Direct	562 (26,15 %)	561 (26,91 %)	652 (27,44 %)	71,47 %	2,13	00:01:38	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
3. Referral	493 (22,94 %)	440 (21,10 %)	548 (23,06 %)	27,37 %	6,89	00:03:59	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
4. Organic Search	386 (17,96 %)	382 (18,32 %)	394 (16,58 %)	27,92 %	9,01	00:03:18	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)

**Idiomas/Países y ciudades de procedencia de las visitas al portal:**

Rusia, con 1.545 usuarios, esto es, casi el 74% del total de usuarios que visitaron el portal en ruso, fue el principal país de origen de los usuarios, seguido de muy lejos por España con 192 usuarios, el 9,18% del total.

Moscú, con casi el 32% del total, fue la ciudad de residencia de dichos usuarios. El idioma en que se visitó la web en casi el 68% de los casos fue ruso, mientras que el segundo idioma, representando casi el 30% de los usuarios, fue español.

Los principales términos de búsqueda en cirílico- todos ellos excepto dos que se buscan en letras latinas- traducidos a letras latinas para este informe fueron:

Costa Blanca, Costa Blanca (en letras latinas), dónde está Costa Blanca, España Costa Blanca Benidorm, las mejores playas de Costa Blanca, Costa Blanca litoral, Calpe turismo con niños, las mejores playas de Alicante, Ciudades de Costa Blanca, Tiempo en Costa Blanca, Comunidad Valenciana (en letras latinas), Alicante, Valencia, Alicante ciudad, Valencia ciudad, Castellón ciudad, Castellón y Región Valencia.

Las tareas realizadas en el portal a nivel de contenidos durante el periodo de referencia fueron las siguientes:

- Inserción en la web de 27 entradas, configuración de 14 rúbricas o categorías, aprobación de 95 comentarios y respuesta a 10 de ellos.

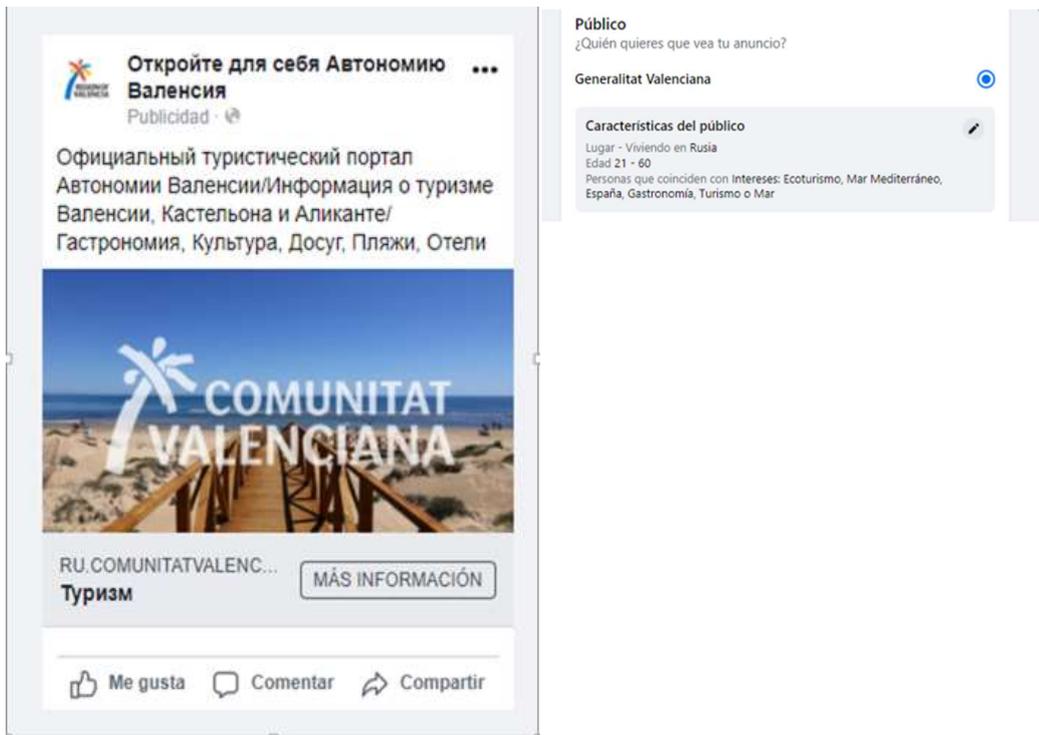
**Entrada: “Las mejores playas de Castellón”,**  
<https://ru.comunitatvalenciana.com/luchshie-pljazhi-regiona-kastelon/>

**Rúbrica sobre Gastronomía:**  
<https://ru.comunitatvalenciana.com/gastronomija/>

- Semanalmente se envía de manera automática un boletín de noticias con los últimos artículos de la web a todos los suscriptores, grupo formado por los suscritos al portal turístico en ruso y a la revista digital Impuls Plus, esto es, algo más de 50.000 direcciones de email.
- Mensualmente se trabajó el posicionamiento SEO de los contenidos, la optimización de los artículos y las palabras clave de búsqueda. Asimismo, se realizó la analítica web para obtener los datos referidos el número general de visitas mensuales, las fuentes de tráfico, los idiomas y las páginas más visitadas. Con la misma cadencia se llevó a cabo el seguimiento de alertas con el fin de moderar las publicaciones o comentarios con referencia al turismo de la Comunitat Valenciana.

#### Redes sociales para el mercado ruso:

- Creación, configure los perfiles en redes sociales: Facebook, Twitte Puesta en marcha y publicación de la web en ruso <https://ru.comunitatvalenciana.com/> (habiéndose contratado un servidor onsite para este fin) el 20 de septiembre de 2020.r, Instagram, Youtube, OK y VK, en los que se han publicado posts a diario y se han realizado campañas mensuales para aumentar el número de seguidores.



### Facebook, con 3.000 seguidores



Cabe destacar que se realizó 1 video mensual corto para redes. Así mismo, se compartieron 4 vídeos ofrecidos en exclusiva por National Geographic Rusia:

- o El pantano de Elche: [https://www.facebook.com/TravelRegionValencia/videos/pantano-de-elche/813557186079638/?so=permalink&rv=related\\_videos](https://www.facebook.com/TravelRegionValencia/videos/pantano-de-elche/813557186079638/?so=permalink&rv=related_videos)

- o Salinas de Santa Pola: [https://www.facebook.com/TravelRegionValencia/videos/1702984919874556/?so=channel\\_tab&rv=all\\_videos\\_card](https://www.facebook.com/TravelRegionValencia/videos/1702984919874556/?so=channel_tab&rv=all_videos_card)

- o El Palmeral de Elche: [https://www.facebook.com/TravelRegionValencia/videos/parque-palmeral-alicante/1103163226809247/?so=permalink&rv=related\\_videos](https://www.facebook.com/TravelRegionValencia/videos/parque-palmeral-alicante/1103163226809247/?so=permalink&rv=related_videos)

- o El Castillo de Guadalest: <https://www.facebook.com/TravelRegionValencia/videos/guadalest-castle/347468759885125/>

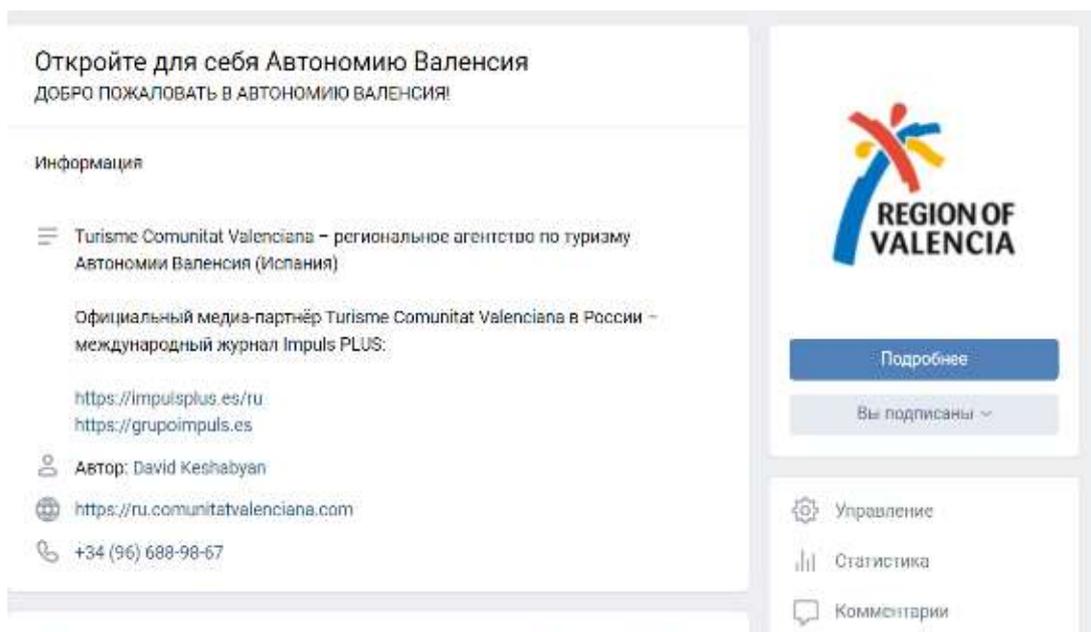
### Instagram con 300 seguidores



Twitter

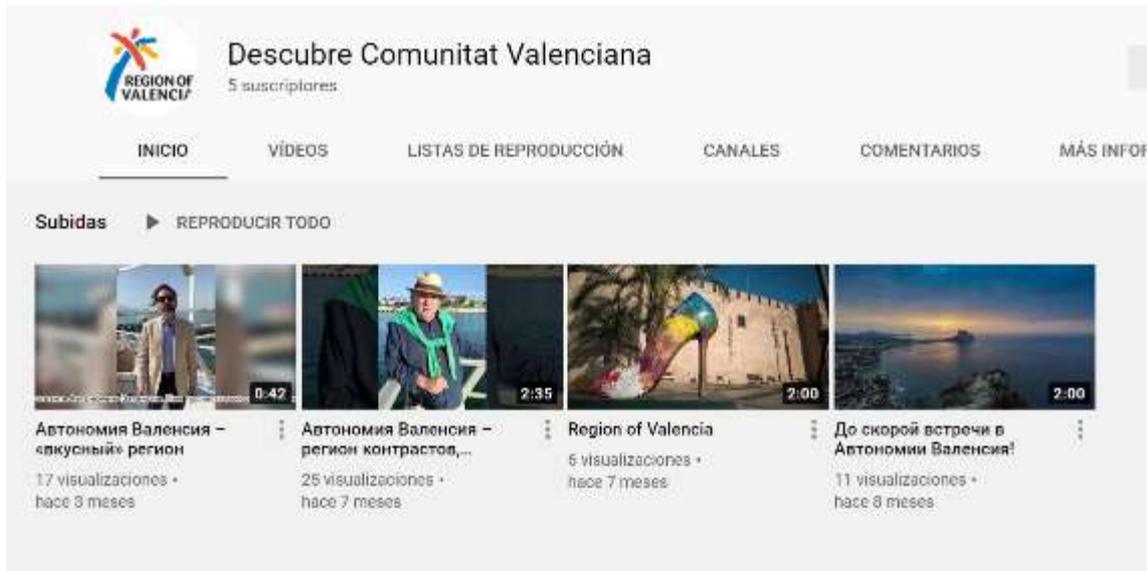


VK (VKontakte) con 5.000 seguidores



## YouTube

El canal tiene de momento 4 vídeos subidos



Con el objetivo de difundir y comunicar la puesta a punto y las campañas puntuales de la Estrategia de Marketing Online en este mercado, entre el 20 de mayo y el 31 de diciembre de 2020 se difundieron 6 Notas de Prensa acompañadas de imágenes evocadoras del destino.

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

### Página web especial mercado chino

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



**Redes Sociales**

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

步履不停两千年，只为这条改变世界的路

original/Valencia 瓦伦西亚大区旅游周 1 week ago



#02

丝绸之路  
梦开始的地方

当前鲜知瓦伦西亚的名字时  
脑中浮现的地理坐标在哪里？  
从北京到瓦伦西亚  
直线距离约4,100公里  
纵贯陆路于陆与海  
瓦伦西亚也早在数千年前  
就与我们有了密不可分的关系



值得一提的是，产自瓦伦西亚大区的大米拥有令人赞不绝口的优良品质，当地人甚至总结出200余种烹饪大米的方法。

如今，在日益全球化的世界，瓦伦西亚也不断融入新的食材和产品，整个欧洲的传统美食和区域风味在碰撞融合的同时，仍然保留着古老的传统和烹饪风格，因为只有真正懂得美食的人才知道，经过时间沉淀的才是舌尖上的奢侈品。



瓦伦西亚大区旅游周



古村和清真寺显示每一座城市、教堂，以及公爵的领地之间，富有时代感的艺术特色将西班牙的历史无声地展现出来，更不必说当地独特的自然景观，绵延一百多公里的海滩有绵延不断的房子以及平静的海域组成，独特的美感让这里如同深藏于欧洲的宝窟。



阿利坎特省

**Publicidad en medios digitales**

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



### Curso online de capacitación para agentes de viajes en la plataforma CTA

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

En 2020 se diseñó el curso de capacitación online, que cuenta con un total de nueve unidades didáctica y test al final de cada unidad.

Los usuarios que completan el curso con éxito, estudiando todas las unidades y superando los cuestionarios elaborados, reciben un certificado oficial que reconoce su experiencia y capacitación para poder vender eficazmente productos turísticos de la Comunitat Valenciana. A su vez, se obtiene una amplia base de datos de aquellos agentes que han participado en el curso (nombre, correo electrónico, número de teléfono, agencia en la que trabajan, posición, ciudad, etc).

## 8.4. COMUNICACIÓN OFFLINE

En el marco de las acciones para la comunicación de la marca Comunitat Valenciana, durante 2020, dentro del programa de “Publicaciones y material promocional”, se llevaron a cabo diferentes actuaciones con el objetivo de asegurar la mayor difusión y conocimiento de la imagen turística.

### 8.4.1 Reimpresiones

Se puso en marcha un concurso público de reimpresiones de las publicaciones necesarias editadas por Turisme Comunitat Valenciana, actualizando tanto la información como la imagen de portada de las publicaciones no adaptadas hasta el momento. Este material cumple con la finalidad de comunicar al público una imagen atractiva y dinámica de la Comunitat Valenciana, con el objetivo último de consolidarla como el destino elegido para las diferentes formas vacacionales del turista en la actualidad.

En esta reimpresión conjunta, se incluyen todos los materiales necesarios para la promoción tanto a nivel nacional como internacional ya que, la mayoría, se han editado en diferentes idiomas.

## PUBLICACIONES GENÉRICAS

- Guía genérica de la Comunitat Valenciana en castellano, inglés, francés, alemán, holandés y chino. Asimismo, se ha creado una versión en italiano, en formato pdf.

- Catálogo de experiencias en castellano, inglés, francés y



## FLYERS CULTURALES

- Territorio Borgia en castellano
- Camins de Dinosaures castellano, valenciano e inglés
- Ruta del Grial en inglés y francés
- Ruta de la Seda en castellano

## FLYERS TEMÁTICOS

- Destino acogedor en castellano e inglés
- Gastronomía en castellano e inglés
- Interior en castellano e inglés



## CARTOGRAFÍA

- Plano de Valencia castellano/inglés, francés/alemán
- Mapa turístico de la Comunitat Valenciana castellano /ingles
- Mapa de inmersiones y buceo en inglés/francés

## GUÍAS TEMÁTICAS

- Guía de cicloturismo
- Guía de Turismo activo y de naturaleza
- Guía de rutas
- Guía de senderismo

### 8.4.2 Diseño nuevas ediciones 2020

La base cartográfica de los planos que se venían editando (planos de ciudades y mapa de la Comunitat Valenciana) respondía a una contratación anterior y en cada reedición se han ido actualizando datos y otros elementos básicos. Por ello, con el apoyo del Instituto Cartográfico Valenciano de la Generalitat, se ha contratado la realización de nueva cartografía para actualizar la base y renovar el diseño de dichas publicaciones, así como una amplia colección de pictogramas de recursos turísticos.

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



**Especial COVID-19:** En 2020, la situación producida por el COVID'19 llevó a crear un nuevo mensaje para transmitir una idea positiva a los mercados y de alguna manera mostrar una imagen más optimista. Por ello, se apoyó el lema “Mediterráneo en Vivo” que acompaña toda la comunicación visual de Comunitat Valenciana, con “Seguro”. De esta manera, “Mediterráneo en Vivo y Seguro” se convirtió en el eslogan para promocionar el destino Comunitat Valenciana desde ese momento. Este mensaje se aplicó también a través en banners en la web turística de Comunitat Valenciana. Existen versiones en idiomas.



**Banners nueva web:** También 2020 ha sido el año de renovación de la web turística y para ello se han creado numerosos banners con una imagen renovada y más actual.

#### 8.4.3 Merchandising

Debido a la situación causada por la pandemia, se realizaron mascarillas higiénicas homologadas y personalizadas, en cuatro diseños diferentes.



Asimismo, se produjeron insignias (pins) con la figura del emblema de la marca turística de la Comunitat Valenciana, “palmera”, como elemento de apoyo a las acciones institucionales realizadas por Turisme.

#### 8.4.4 Banco de imágenes turísticas y nueva línea de publicaciones

Cesión de imágenes para entes públicos y medios de comunicación: siguiendo la línea de colaboración con agentes externos. En 2020, se presentó el servicio gratuito de cesión de imágenes a organismos y empresas del sector, así como a medios de comunicación especializados en turismo, tanto dentro como fuera de España. También se han atendido solicitudes de otros departamentos de la Generalitat.

Una de las herramientas con las que cuenta Turisme Comunitat Valenciana para llevar a cabo la promoción de la Comunitat Valenciana como destino, es la edición de publicaciones para su uso en acciones de venta y otros puntos de recepción de visitantes. Estos materiales son instrumentos necesarios para la comunicación positiva del destino con el objetivo último de consolidarlo como el destino elegido para las diferentes formas vacacionales del turista en la actualidad. Para ello durante los últimos años Turisme Comunitat Valenciana ha contado con una línea de publicaciones que data de una licitación de 2008.

A finales de 2020, se puso en marcha un concurso público para la contratación de la creación de contenidos, diseño, maquetación e impresión de publicaciones turísticas de la Comunitat Valenciana.

Consiste en la realización de una nueva línea de publicaciones que sirva de inspiración y apoyo al visitante y como herramienta para descubrir la amplia oferta de recursos, destinos y productos turísticos mediante la creación de contenidos y edición de material gráfico de carácter promocional adaptándolo a las nuevas tendencias tanto en sus contenidos como en su tipología, contribuyendo a la mejora del posicionamiento de la marca Comunitat Valenciana en los diferentes mercados turísticos.

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

# 9

## OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA. RED TOURIST INFO



## 9.1. LA GESTIÓN DE LA RED TOURIST INFO CON OCASIÓN DE LA ALERTA SANITARIA POR EL COVID-19.

Para mejorar los servicios de información turística que se ofrecen en la Comunitat Valenciana las actuaciones que se reconocen como prioritarias son: perfil del personal, identificación corporativa del servicio Tourist Info, cobertura informativa homogénea, y territorialmente de toda la Comunitat Valenciana, intercambio de información turística y colaboración en los sistemas estadísticos y de evaluación del servicio, consolidación y participación activa en las herramientas de atención y en los sistemas de calidad turística, entre otros aspectos, bajo la coordinación de Turisme Comunitat Valenciana en el marco del Programa de la Red Tourist Info.

La red Tourist Info cuenta con un total de 217 oficinas de información turísticas adscritas, así como 21 puntos de Información turística, distribuidas territorialmente por toda la Comunitat Valenciana.

La declaración del estado de alerta sanitaria, y el consiguiente estado de alarma, así como las diferentes limitaciones en las actividades sociales y turísticas, han tenido efectos inmediatos y muy significativos en la actividad de las Oficinas Tourist Info y de la propia Red.

Se produjeron cierres temporales de oficinas, cierres del sector turístico, bajada de la afluencia de visitantes y turistas, la necesidad de generar protocolos de atención específicos de prevención del Covid-19, articular nuevas campañas, canales de comunicación, etc.

Ante esta situación, la Red Tourist Info puso en marcha una serie de medidas, en línea con las recomendaciones sanitarias, para garantizar el funcionamiento de las oficinas y preservar la salud de sus empleados y visitantes.

- a) **Plan de Contingencia de la Red Tourist Info**, para dar respuesta a las circunstancias adversas provocadas por la pandemia y sus consecuencias en la atención al turista y a los proveedores de oferta.

Permite su aplicación tanto por oficinas certificadas o distinguidas en calidad, como para el resto de Oficinas de la Red Tourist Info, con tres líneas de acción:

- i. Medidas de protección para turistas.
  - ii. Medidas de protección para trabajadores.
  - iii. Singularidades en el procedimiento de acogida y atención presencial.
- b) **Plan formativo de difusión de las medidas de protección** frente al COVID-19, singularmente de la Instrucción técnica del ICTE para Oficinas de Información Turística.
  - c) **Revisión del borrador de la Instrucción técnica del ICTE** «Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2 para Oficinas de Información Turística».
  - d) **Plan de reapertura de las Oficinas de la Red Tourist Info** tras la finalización del estado de alarma y el confinamiento.
  - e) **Suministro de documentación estática corporativa de avisos de protección:**
    - i. «Check list» Gestión del Riesgo COVID-19 para Oficinas Tourist Info.
    - ii. Modelo Cartel aforos y acceso a las Oficinas Tourist Info en 4 idiomas.
    - iii. Modelo cartel uso gel Oficinas Tourist Info en 4 idiomas.

- f) **Suministro de elementos estáticos corporativos de protección**, de forma subsidiaria a los facilitados por los ayuntamientos, tales como mamparas y señales de distancia social en el suelo



## 9.1. COBERTURA DE LA RED

### 9.1.1. Cobertura jurídica- Convenios

El Consell aprobó, por acuerdo de 8 de febrero de 2019, un convenio tipo de colaboración entre Turisme Comunitat Valenciana y 140 entidades locales-137 municipios, 2 mancomunidades y 1 entidad local menor-, que ha permitido la renovación y actualización de los convenios suscritos con dichas entidades para el desarrollo del programa Tourist Info.

Cabe señalar que este nuevo convenio tipo pretende agilizar los trámites jurídico-administrativos para modificar y renovar las suscripciones de los convenios de colaboración entre Turisme CV y 140 ayuntamientos, mancomunidades y entidades menores de la Comunitat para la consolidación del programa Tourist Info.

De este modo, a través de este convenio tipo se actualizan los convenios suscritos entre 1993 y 2015, adaptándolos a la nueva normativa, como la Ley 40/2015, del 1 de octubre, de régimen jurídico del sector público, y el Decreto 176/2014, de 10 de octubre, del Consell, que regula los Convenios que suscriba la Generalitat y su registro. Los cambios más importantes afectan a la duración, que pasa a ser de cuatro años, la obligación de su publicación en las páginas Web de los organismos que convenian, según lo dispone los artículos 9.1.c y 10.3 de la Ley 2/2015, de 2 de abril, de la Generalitat, de transparencia, buen gobierno y participación ciudadana de la Comunitat Valenciana, así como la constitución de comisiones de seguimiento de dichos convenios.

Durante 2020 Turisme Comunitat Valenciana **ha suscrito 57 Convenios Tourist Info** con la siguiente tipología:

a) **51 convenios tipo de actualización de su adhesión a la Red Tourist Info**

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

b) **2 convenios específicos Tourist Info** con municipios ya adheridos a la Red, pero que requerían su actualización singularizada, aunque sin dotación económica.

PROVINCIA	MUNICIPIO / MANCOMUNIDAD
Alicante	Aspe
Castellón	Castelló de la Plana

c) **4 convenios de adhesión de nuevos municipios u oficinas a la Red**, convenios individualizados en cada caso, y con su consiguiente dotación económica.

PROVINCIA	MUNICIPIO / MANCOMUNIDAD
Alicante	Tibi
Castellón	Montán, Sant Jordi y Oropesa del Mar

**9.1.2. Cobertura territorial**

En 2020 se cerró con 21 puntos de información y 217 oficinas Tourist Info en funcionamiento dentro de la Red, con una gran presencia del servicio a lo largo de la Comunitat Valenciana, tanto en destinos de litoral, como de interior y urbanos. Las oficinas Tourist Info se gestionan en colaboración con 172 entidades locales – y el Aeropuerto de Castellón-.

Se ha producido un descenso interanual en el número de Oficinas adscritas a la Red Tourist Info de- 0,91 %, imputable a la reorganización de la Red en la ciudad de Alicante y algún ajuste menor.

Por provincias, el número de oficinas Tourist Info es el siguiente:

PROVINCIA	NÚMERO DE OFICINAS	% SOBRE TOTAL DE LA C.V.
Alicante	79	36,41
Castellón	64	29,49
València	74	34,10

La Red Tourist Info presenta una cobertura territorial comarcal del 100% (con presencia en las 34

comarcas de la Comunitat Valenciana). Y con la siguiente desagregación:

PROVINCIA DE ALICANTE		
COMARCA	NÚMERO DE OFICINAS	% SOBRE TOTAL DE LA C.V.
El Baix Segura/El Bajo Segura	15	6,91
El Baix Vinalopó	8	3,69
El Comtat	3	1,38
El Vinalopó Mitjà	7	3,23
L'Alacantí	9	4,15
L'Alcoià	5	2,30
L'Alt Vinalopó/Alto Vinalopó	3	1,38
La Marina Alta	16	7,37
La Marina Baixa	13	5,99

PROVINCIA DE CASTELLÓN		
COMARCA	NÚMERO DE OFICINAS	% SOBRE TOTAL DE LA C.V.
El Alto Mijares	3	1,38
El Alto Palancia (Cs)	5	2,30
El Baix Maestrat	14	6,45
Els Ports	3	1,38
L'Alcalatén	3	1,38
L'Alt Maestrat	7	3,23
La Plana Alta	15	6,91
La Plana Baixa	14	6,45

PROVINCIA DE VALÈNCIA		
COMARCA	NÚMERO DE OFICINAS	% SOBRE TOTAL DE LA C.V.
El Camp de Morvedre	3	1,38
El Camp de Túria	6	2,76
El Rincón de Ademuz	2	0,92
El Valle de Cofrentes-Ayora	4	1,84
L'Horta Nord	6	2,76
L'Horta Oest	3	1,38
L'Horta Sud	1	0,46
La Canal de Navarrés	3	1,38
La Costera	3	1,38
La Hoya de Buñol	2	0,92
La Plana de Utiel-Requena	2	0,92
La Ribera Alta	6	2,76
La Ribera Baixa	3	1,38
La Safor	15	6,91
La Vall d'Albaida	6	2,76
Los Serranos	4	1,84
València	5	2,30

Turisme Comunitat Valenciana incorporó durante 2020 **dos nuevas Oficinas**, sita una en la ciudad de Alicante y que completa la reorganización de la Red Tourist Info en el municipio, y otra en Castelló de la Plana en un punto estratégico acceso como es la Estación del AVE:

1. Tourist Info Alicante Plaza del Port (Alicante).
2. Tourist Info Estació de Castelló (Castellón).

Turisme Comunitat Valenciana trabajó también en 2020 en la modernización de la imagen y mejora de las instalaciones de las Tourist Info. Dentro de las ayudas de Turisme Comunitat Valenciana 2020 dirigidas a las entidades locales de la Comunitat Valenciana, el Programa 1 «Inversión en adecuación y mejora de los servicios y recursos turísticos, subprograma 9 Inversiones en oficinas de información turística adheridas a la Red Tourist Info de la Comunitat Valenciana», 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 destino a través de la adecuación, renovación o modernización de sus instalaciones.

Turisme Comunitat Valenciana también ha prestado soporte económico subvencionando los gastos que corresponda a la obtención de un certificado, su mantenimiento y/o renovación en las oficinas de información turística de la Comunitat Valenciana, a través del programa 2, Competitividad y desestacionalización de los destinos turísticos, subprograma 2.1 Certificación de recursos, servicios y/o destinos turísticos, de las ayudas.

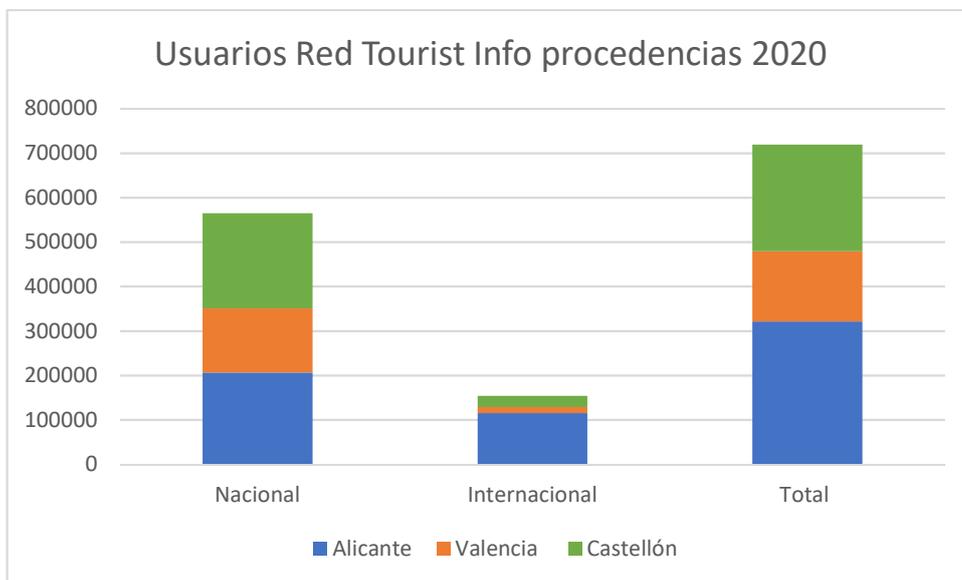
En cuanto al modelo de gestión y relación interadministrativa, en 2020, Turisme Comunitat Valenciana y la Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana han seguido colaborando en la prestación de servicios de información turística en la ciudad de València, compartiendo una misma sede física con el fin de optimizar los recursos existentes, mediante la autorización de ocupación de la oficina de información turística Tourist Info València-Paz a favor de la Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana.

## 9.2. INDICADORES DE SERVICIO: HOSPITALIDAD

### 9.2.1. Indicadores cualitativos

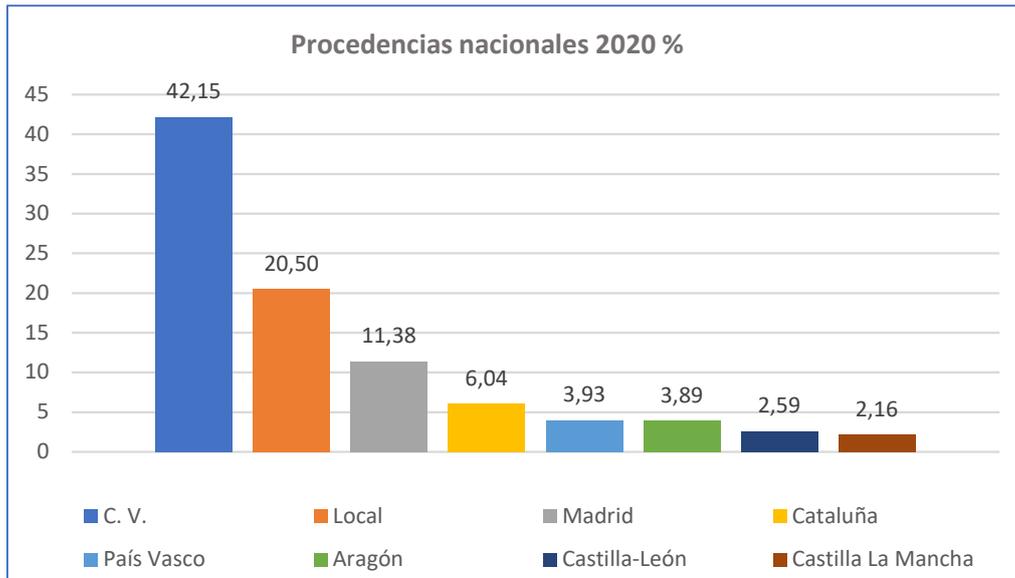
El conjunto de la Red atendió en 2020 un total de 707.975 demandas de información en destino. Este número supone un descenso de casi 65 puntos porcentuales con respecto a 2019 -1.987.210 demandas-, atribuible a la situación de alarma sanitaria nacional e internacional.

En total, y según el Registro estadístico de la Red Tourist Info, son 718.829 personas las que han visitado las Oficinas y puntos de la Red, con un decremento de un 65 % con relación al año pasado -2.036.510 personas-. Las procedencias nacionales representan el 78,01 % en el conjunto. En Castellón y València, los usuarios/viajeros internacionales – 10,66 % y 8,64 %, respectivamente- acuden en menor número a las Oficinas de la Red, frente a los nacionales, mientras que en Alicante alcanzan el 35,83 %.



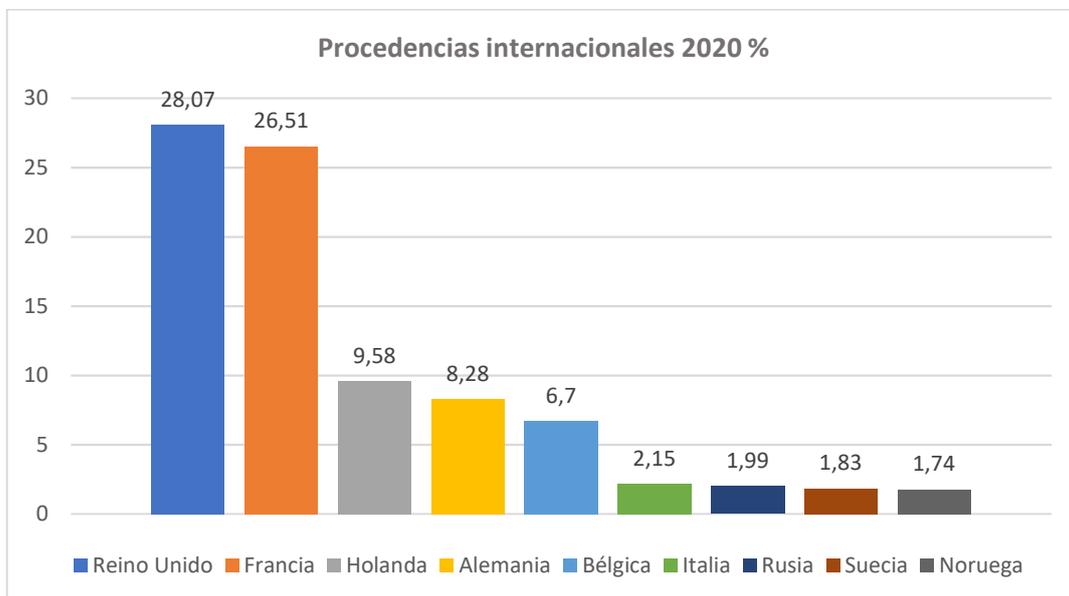
Fuente: Sistema estadístico Red Tourist Info. Elaboración propia.

El gráfico siguiente detalla los porcentajes nacionales sobre el total de procedencias nacionales en 2020.



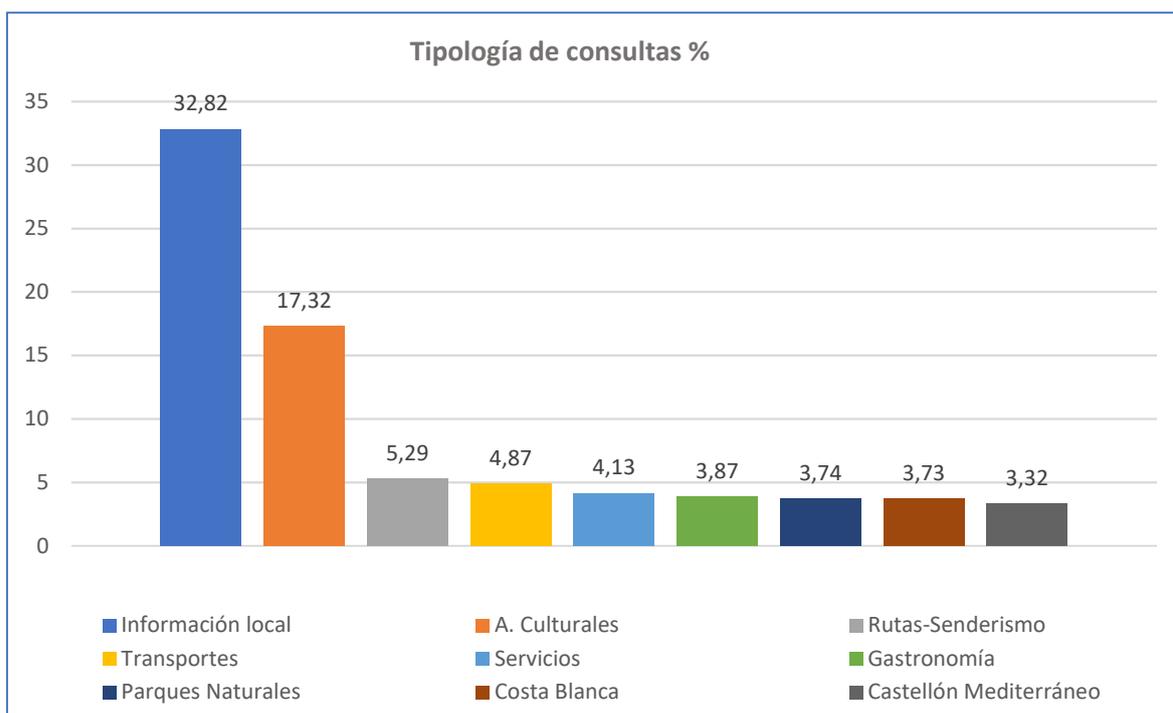
En líneas generales, la distribución porcentual por procedencias nacionales se ha mantenido con relación a 2019, pero se refuerza la presencia de Comunitat Valenciana (incluidos locales) con 13 puntos más, así como el factor de CC AA próximas, singularmente Aragón.

El gráfico siguiente detalla los porcentajes internacionales sobre el total de procedencias internacionales en 2020. En este caso, también se mantiene la distribución porcentual internacional, sin bien los visitantes holandeses superan a los de Alemania en 2020.



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

El gráfico siguiente detalla los porcentajes sobre el total de consultas en 2020.



### 9.2.2. Indicadores cualitativos

El proceso de la Encuesta Tourist Info correspondiente al año 2020 ha abarcado todos los meses del año en que las oficinas han estado operativas. Este año se distinguen tres modelos de encuesta, en atención al impacto del seguimiento del Covid-19:

**Encuesta de seguimiento que podemos denominar «clásica»**, donde se recoge el perfil sociodemográfico del encuestado y su valoración de la atención recibida. Esta encuesta se cumplimentaba de enero a junio y de octubre a diciembre del año en curso por parte de las oficinas certificadas o distinguidas en calidad. Este año 2020 se ciñe a los seis primeros meses del año, coincidiendo con el periodo de confinamiento general.

**Encuesta de verano**, que en 2020 ha sufrido importantes modificaciones para adaptarse a la situación generada por la pandemia y la articulación de los diferentes planes de contingencia de la Red Tourist Info y de los municipios que la componen. Se limitaron las preguntas a las propias de seguimiento y se incorporaron dos preguntas sobre la percepción del turista sobre las medidas de seguridad ante el Covid-19 en la Oficina y en el destino turístico. Este formato de encuesta se aplicó del 1 julio al 15 septiembre y su cumplimentación compete al conjunto de la Red.

**Encuesta de seguimiento que podemos denominar «Covid-19»**, donde se recoge el perfil sociodemográfico del encuestado y su valoración de la atención recibida y se han incorporado dos preguntas sobre la percepción del turista sobre las medidas de seguridad ante el Covid-19 en la Oficina y en el destino turístico. Este formato de encuesta se aplicó del 16 septiembre al 31 de diciembre y su cumplimentación compete a las oficinas certificadas o distinguidas en calidad.

En 2020 se han cumplimentado entre ambas encuestas un total de 8.090 cuestionarios, que se debe valorar como un muy buen dato, pese al descenso de un 34,69 % respecto a 2019 - 12.387 cuestionarios.

### OBJETIVOS DE INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA TOURIST INFO

- Conocimiento del perfil del usuario de la oficina Tourist Info objeto del estudio.
- Averiguación del grado de satisfacción del usuario de la red acerca de su visita a la Comunitat Valenciana.
- Evaluación del nivel de calidad de las oficinas Tourist Info.
- Valoración de la percepción de las medidas de prevención del virus Covid-19 puestas en marcha en la Oficina Tourist Info y en el destino turístico.

#### a) Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente primer semestre 2020

La Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente primer semestre del año 2020 procesó un total de 1.390 cuestionarios de 30 oficinas. El 49,1 % del total de los encuestados eran residentes en España, el 50,4 % extranjeros (y el 0,5 % n.c.). Del total de extranjeros, el 92,20 % eran residentes europeos y el 3,50 % residentes americanos.

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

Los usuarios de la Red Tourist Info otorgan una **puntuación media en 2020 sobre la atención y servicios recibidos de 9,62 puntos sobre 10.**

Los usuarios de la Red Tourist Info otorgan una **puntuación media en 2020 sobre cumplimiento de expectativas de 9,74 puntos sobre 10.**

Además, un 47,42 %-3 puntos por encima de 2019- indicó haber visitado más de una oficina, un claro signo de fidelidad y satisfacción del servicio ofrecido por la Red Tourist Info. Un 49,2 % declaró conocer la Red Tourist Info – 1,2 puntos por debajo de los datos de 2019-.

#### b) Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente de verano

La Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente de verano procesó en 2020 un total de 5.466 – 20 puntos menos que en igual periodo de 2019- cuestionarios de 103 oficinas. En todo caso, el número de encuestas se considera espacialmente valioso, dada la dificultad de su cumplimentación por las medidas anticovid-19, como por el menor número de oficinas participantes y el descenso de turistas, sobre todo internacionales. Esta encuesta se simplificó, pasando de 21 cuestiones a 6, para favorecer el cumplimiento del plan de contingencia de la Red Tourist Info y del acuerdo adoptado en la 30ª Reunión de su Comité de Calidad e Innovación. Se introdujeron dos preguntas sobre medidas anticovid-19.

El 81,6% del total de los encuestados eran residentes en España-20 puntos superior a 2019, motivado, sin duda, por las limitaciones de movilidad internacional-, el 17,3 % extranjeros (y el 1,2 % n.c.), casi en su totalidad europeos.

Los resultados de la encuesta no permiten, en atención a su metodología, su extrapolación estadística al conjunto de la demanda de la Comunitat Valenciana; sin embargo, esta encuesta sí resulta significativa para el universo de personas que visitan las oficinas de la Red Tourist Info.

En dicha encuesta, la Red en su conjunto registró la satisfacción de expectativas del cliente sobre la oficina visitada con una media de 9,57 puntos sobre 10-0,1 por debajo de 2019- y con una media de 9,50 puntos sobre 10 – 0,07 por debajo de los datos de 2019- la atención y servicios ofrecidos en las mismas.

Los usuarios de la Red Tourist Info otorgan una **puntuación media en 2020 sobre la atención y servicios** ofrecidos de **9,50 puntos sobre 10**.

Los usuarios de la Red Tourist Info otorgan una **puntuación media en 2020 sobre cumplimiento de expectativas** de **9,57 puntos sobre 10**.

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

Los usuarios de la Red Tourist Info valoran las medidas de seguridad anticovid-19 de la Oficina con una puntuación media en 2020 de **9,57 puntos sobre 10**.

Los usuarios de la Red Tourist Info valoran las medidas de seguridad anticovid-19 del destino con una puntuación media en 2020 de **9,11 puntos sobre 10**.

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

**c) Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente de seguimiento, incluyendo Medidas anticovid-19.**

Por otro lado, la Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente de seguimiento covid-19 procesó en 2020, entre el 16 de septiembre y el 31 de diciembre, un total de 1.304 cuestionarios de 30 Oficinas. El 75,40 % del total de los encuestados eran residentes en España, el 23,16 % eran extranjeros y el 1,46 % n.c. Del total de extranjeros, el 93 % eran residentes europeos. Al igual que en verano, el porcentaje de extranjeros encuestados desciende notablemente-más de 20 puntos porcentuales- respecto a 2019.

En esta encuesta se mantienen dos preguntas sobre medidas anticovid-19.

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

Los usuarios de la Red Tourist Info otorgan una **puntuación media en 2020 sobre la atención y servicios** ofrecidos de **9,66 puntos sobre 10**.

Los usuarios de la Red Tourist Info otorgan una **puntuación media en 2020 sobre cumplimiento de expectativas** de **9,72 puntos sobre 10**.

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

Los usuarios de la Red Tourist Info valoran las medidas de seguridad anticovid-19 de la oficina con una puntuación media en 2020 de **9,74 puntos sobre 10**.

Los usuarios de la Red Tourist Info valoran las medidas de seguridad anticovid-19 del destino con una puntuación media en 2020 de **9,48 puntos sobre 10**.

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

### 9.3. ELEMENTOS DE IMAGEN CORPORATIVA

La Red Tourist Info cuenta con diferentes elementos corporativos, entendidos en sentido amplio, tales como soportes de rotulación y señalización Tourist Info, mobiliario diverso, y otros instrumentos de imagen.

En la encuesta Tourist Info de verano 2020 se incorporan tres ítems que valoran la imagen en general de las Oficinas Tourist Info, con unos resultados favorables, que animan a seguir trabajando en la definición de nuevos elementos corporativos, en su mejora y mantenimiento.

**Ítems valoración instalaciones Tourist Info**, sobre 10 puntos máximos

- Imagen de la oficina: 9,31 puntos.
- Ambiente de la oficina 9,44 puntos.
- Localización/accesibilidad oficina 9,22 puntos.

Durante 2020 se ha completado el proceso de contratación bienal de los suministros de mobiliario Tourist Info, de rotulación corporativa y de otros elementos de imagen (Expediente TCV 02/20).

#### a) **Mobiliario de la Red Tourist Info.**

Para el suministro del mobiliario se consideró el manual creado el pasado año tal efecto y que define los siguientes modelos de oficina Tourist Info y se han considerado 34 elementos distintos:

1. Oficina Tipo.

2. Oficina Espacio Natural.
3. Oficina Edificio Histórico.
4. Oficina Portátil.

#### **b) Rotulación y señalización corporativa de la Red Tourist Info.**

La identificación del servicio Tourist Info por parte de turistas y visitantes en la Comunitat Valenciana resulta básica para su prestación.

Para ello se han definido una serie de modelos, formatos y acabados, siempre conforme a la imagen corporativa Tourist Info, con 22 elementos de rotulación y 4 de señalización. Y se aplican en atención a tres líneas básicas:

- Rotulación y señalización Tourist Info de nuevas oficinas incorporadas a la Red.
- Mantenimiento y mejora de la rotulación y señalización Tourist Info de oficinas existentes.
- Suministro de soportes de imagen corporativa: Decálogos de calidad y elementos de zonificación de oficinas conforme a la Norma de calidad Q y el Sistema Integral de Calidad Turística en destinos.

#### **c) Otros elementos de imagen.**

En 2020 se ha cerrado una serie de 13 elementos de imagen corporativa para su puesta a disposición de las Oficinas Tourist Info, conforme necesidades en cada caso. Destacamos modelos de expositores de diferente tamaño, material de papelería, lápices de memoria y otros.

## **9.4. ORIENTACIÓN AL CLIENTE: PLAN DE CALIDAD**

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

La Red cuenta con oficinas certificadas según las siguientes normas UNE/ISO:

- Norma UNE-ISO 14785, Oficinas de Información Turística-Q-.
- Especificación UNE 0066-10, Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2, Oficinas de Información Turística-*Safe Tourism*-.
- Norma UNE-EN ISO 9001, Sistemas de gestión de la calidad.
- Norma UNE-EN ISO 14001, Sistemas de gestión ambiental.
- Norma UNE 170001, Accesibilidad.

Por otro lado, la Red cuenta con oficinas distinguidas con el Sistema de Calidad Integral en Destinos.

La Comunitat Valenciana cerró 2020 con 103 certificaciones o distinciones de calidad. A lo largo de 2020 se superaron de forma satisfactoria 103 pruebas de auditoría externa o Evaluación: 29 oficinas certificadas con la Q de Calidad Turística; 7 oficinas realizaron la evaluación de la ISO 9.001; 6 oficinas la de la norma ISO 14.001 (gestión medioambiental); 5 distinguidas con la UNE 17.001 de Accesibilidad Integral; 11 con Especificación UNE 0066-10, Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2, Oficinas de Información Turística -Safe Tourism y 45 oficinas con el Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos –SICTED-.

	Q	SICTED	ISO 9001	ISO 14001	UNE 170001	SAFE	TOTAL
Alicante	9	20	1	0	0	3	33
Castellón	9	10	1	1	0	0	21
València	11	15	5	5	5	8	49
<b>TOTALES</b>	<b>29</b>	<b>45</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>103</b>

Según los datos que publica el ICTE (Instituto de Calidad Turística de España), la Comunitat Valenciana es la segunda Comunidad Autónoma con mayor número de oficinas certificadas con la Q y de oficinas distinguidas en el SICTED; y la tercera en certificados SAFE TOURISM.

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

En 2020 se celebraron cuatro reuniones del **Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info**, centradas, de forma específica, en dar respuesta a las nuevas necesidades surgidas antes la situación de alerta sanitaria por el Covid-19 y se abrieron a la totalidad de la Red Tourist Info:

- 28ª Reunión del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info en formato virtual, Plataformas Zoom y Hangout, 7 de abril de 2020. Plan de contingencia de la Red Tourist Info.
- 29ª Reunión del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info en formato virtual, Plataformas *Google Meet*, 29 de mayo de 2020. «Dudas y comentarios sobre la implementación del Plan de Contingencia de medidas de seguridad ante el COVID-19 para la apertura de las Oficinas de la Red Tourist Info».
- 30ª Reunión del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info en formato virtual, Plataformas *Google Meet*, 18 de junio de 2020. «Experiencia de certificación *Safe Tourism Certified*. Propuestas y protocolos de actuación encuestas Tourist Info 2020»
- 31ª Reunión del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info en formato virtual, Plataforma *Webinar*, 24 de noviembre de 2020, en el marco de la Jornada Tourist Info de la misma fecha.

## 9.5. ASISTENCIA Y SOPORTE A LOS DESTINOS, EMPRESAS Y ENTIDADES

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

Durante 2020 las acciones de asistencia técnica y coordinación han sido en su inmensa mayoría telefónicas, correo electrónico y reuniones *on line*. Se destacan las asistencias técnicas para la implantación del sistema de calidad de la Q del ICTE.

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

## 9.6. COLABORACIÓN CON LOS CENTROS FORMATIVOS Y UNIVERSIDADES VALENCIANAS

En 2020 las oficinas Tourist Info de Turisme Comunitat Valenciana recibieron 2 alumnos en prácticas procedentes de centros públicos de formación profesional (Módulo de Comercialización y Promoción Turística) y universidades valencianas (grado de Turismo) Estas prácticas se desarrollaron presencialmente hasta la alerta sanitaria, y una de ellas se completó, posteriormente, de manera *on line*.

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.

Es una potente herramienta de difusión de la Red entre los futuros profesionales del turismo, tanto universitarios como de Formación profesional.

## 9.7. 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 a través de la hospitalidad y la excelencia. 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 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.

Durante el ejercicio 2020 la situación de alerta sanitaria ha condicionado el desarrollo del plan formativo de la Red y en un doble sentido. Por un lado, obligó a implementar acciones formativas específicas de medidas de prevención del Covid-19; por otro, todas las acciones se ofrecieron en formato *on line*, lo que impidió la celebración de jornadas de familiarización, Jornadas Tourist

Info 2020 y otras. Así y ya en el mes de marzo se suspendió la Jornada Técnica «Crevillent: Tradiciones»; en otoño se aplazaron a 2021 las XIX Jornadas de la Red Tourist Info a celebrar en Elda y Petrer.

A principios de año sí tuvo lugar una acción formativa presencial en el CdT de Alicante sobre herramientas de diseño gráfico y plantillas.

En todo caso, se articularon en 2020 diferentes cursos *on line*, en colaboración con empresas, administraciones turísticas y otras entidades, sobre diferentes plataformas digitales: *Webinar, Meet, Zoom, Hangout* y otras. Se ha perseguido siempre reforzar las técnicas profesionales del personal de frontera y mantener al día su conocimiento de la oferta, de las medidas anticovid-19 e introducir nuevos servicios especializados en la Red. La cobertura de la Red de CdT's ha facilitado acercar la formación a todas las oficinas, realizando, además y en su caso, ediciones por provincia o comarcas del mismo curso.

En 2020 se realizaron 12 jornadas formativas, con un total de 40 horas de duración y una participación de 1087 asistentes.

Entre las acciones formativas de prevención del Covid-19 cabe destacar los grupos de mejora de los 28º, 29º y 30 Comités de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info y el curso sobre «Especificación UNE 0066-10, Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2, Oficinas de Información Turística-*Safe Tourism*-».

En cuanto a contenidos competenciales, se ha trabajado la gestión de calidad, tecnologías, conocimiento de productos- *Birding*-, el nuevo Portal Turístico de la Comunitat Valenciana, entre otras materias, contenidos dirigidos a técnicos e informadores turísticos de la Red.

Resulta obligada una mención expresa, sin perjuicio de que se genere un apartado específico, la formación «Conceptos básicos sobre violencia de género», con 7 sesiones territorializadas y no presenciales: Yátova; Segorbe; València; Elda; Dénia; Alicante y Sant Mateu. Antesala para la introducción de nuevos servicios, ahora de carácter social, en las Oficinas Tourist Info: Punto Violeta turístico.

Ante el aplazamiento de las XIX Jornadas Tourist Info en las ciudades de Elda y Petrer, se celebró en noviembre una Jornada Tourist Info *on line* con 163 participantes, y en la que se presentó, entre otras actividades, el nuevo Portal turístico de la Comunitat Valenciana.

Por último, se divulgaron entre la Red Tourist Info iniciativas formativas de Turisme Comunitat Valenciana que se han considerado de especial interés para del personal de las oficinas de información turística, tales como «Jornada sobre el estatuto de Municipio Turístico» y el Proceso Participativo del Plan Accesibilidad Comunitat Valenciana 2021-2024.

## 9.8. 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.

- a) Creación de grupo de trabajo de la Red Tourist Info para testar y plantear propuestas de mejora del nuevo Portal turístico <https://www.comunitatvalenciana.com>, beta. Su trabajo abarcó los meses de marzo a mayo de 2020.
- b) Puesta en marcha en verano de 2020 del Nuevo Portal turístico <https://www.comunitatvalenciana.com>, con la Plataforma Profesional del Sistema de Gestión Integral del Destino Comunitat Valenciana para el perfil Editor Tourist Info y la herramienta RAZUNA de gestión de contenido multimedia. Se realizó la formación correspondiente con dos sesiones –Introducción y Avanzado- y manuales de edición, que han permitido a las Oficinas Tourist Info actualizar diariamente en el Portal <https://www.comunitatvalenciana.com> la información sobre los eventos culturales y de ocio que se celebran en los destinos e información general. Se trata de un contenido con una alta demanda.

Al hilo de lo anterior, se promovieron dos grupos de trabajo de la Red para la mejora del Portal Turístico, cuya actividad se prolongará en 2021:

- **Grupo de trabajo Portal Turístico**, con relación al Portal en sentido estricto.
  - **Grupo desarrollo Plataforma Profesional** con relación a la ampliación y consolidación de contenidos, con varias reuniones.
- c) Herramienta de gestión de la información turística para la atención en tiempo real al turista presencial *InfotouristAPI 2.0*. Se amplía información en el apartado de esta memoria 10.10.2.2. Digitalización de las Oficinas de la Red Tourist Info.
  - d) Redes sociales: La actividad virtual de las oficinas en *Facebook*, *Instagram* y *WhatsApp*, en otros canales facilita la relación con el turista y el sector empresarial.

## 9.9. PROYECTOS DE INNOVACIÓN

Turisme Comunitat Valenciana 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.

Durante 2020 se promovieron varios proyectos de innovación para el conjunto de la Red, combinando elementos tecnológicos con nuevos servicios –incluidos de carácter social-para los usuarios de las Oficinas Tourist Info, así como convocando la IV Edición del premio a la Innovación en la Red Tourist Info.

### 9.9.1. Premio a la Innovación de la Red Tourist Info 2020

El premio a la Innovación Red Tourist Info reconoce la introducción en la prestación de la actividad habitual de la Oficina Tourist Info de una novedad en servicios, productos, procedimientos o instalaciones, dirigida a los turistas y que redunde en una mejor atención de los mismos.

Los criterios de valoración objetivos se estructuraron en cinco grandes apartados:

- Valores de la iniciativa: Creatividad, hospitalidad, accesibilidad, sostenibilidad y excelencia.
- Creación de nuevas herramientas y/o canales de atención al turista, a través de soportes tecnológicos y otros medios, adaptados a la información turística en destino y su uso en la Oficina Tourist Info.
- Generación de nuevos servicios y/o productos a prestar en la Oficina Tourist Info.
- Apoyo al desarrollo, mediante técnicas innovadoras, de nuevas actividades turísticas empresariales, en línea con las estrategias de la Comunitat Valenciana en esa materia.
- Grado de adaptabilidad al conjunto de Oficinas de la Red Tourist Info.

En atención a esos criterios, se proclamaron **ganadoras del IV Premio a la Innovación** en la Red Tourist Info de la Comunitat Valenciana a las **Oficinas Tourist Anna y Tourist Info Quesa**, con su proyecto conjunto **«Señalización turística inteligente en la Mancomunidad la Canal de Navarrés»**

El proyecto ganador representa una propuesta de un servicio de información turístico inteligente sobre el territorio de la Mancomunidad de La Canal de Navarrés-Mancomunidad a la que están adscritas ambas oficinas Tourist Info-, con la incorporación de elementos tecnológicos que dan soporte a nuevos canales de atención al turista, reforzando la creatividad, la accesibilidad y la sostenibilidad:

- Disponibilidad de una Plataforma que permite a los usuarios planificar y compartir viajes en La Canal de Navarrés, así como crear su plan de viajes por el territorio y compartirlo a través del móvil.
- Gestión de la señalización turística mediante el uso de Tecnologías de la información para la consulta de la oferta turística, reservas, viajes a medida: balizas electrónicas «beacons», códigos QR y otros.
- Implantación territorial en la Mancomunidad de la Canal de Navarrés.
- Favorece el desarrollo local de actividades turísticas empresariales y mejora la percepción del destino como destino hospitalario.

Así mismo, dado el alto nivel alcanzado por las propuestas presentadas en la edición 2020, se acordó otorgar el Accésit previsto en la Base 7ª de la Convocatoria del Premio a **Tourist Info Dénia y Tourist Info Dénia Consell**, con su proyecto **«Estrategia de Comunicación de las oficinas Tourist Info Dénia dirigida a sus públicos objetivo por la pandemia COVID-19»**.

Las Oficinas Tourist Info de Dénia presentan una estrategia global de comunicación ante la situación de alerta sanitaria, donde se determinan los diferentes públicos objetivo, con distintas acciones y campañas de comunicación en función de esos públicos objetivo: apartados específicos en el Portal turístico del Destino, Acciones en Redes Sociales, campañas publicitarias, puesta en marcha de nuevas herramientas de comunicación, mensajería instantánea y *newsletter*, entre otras.



### 9.9.2. Nuevos productos y servicios

En 2020 se consolidan las novedades introducidas en 2019, y de forma singular se refuerzan los sistemas de atención no presencial y presencial *contactless*, como una de las medidas de prevención del Covid-19: sistemas de mensajería instantánea-*WhatsApp*-, códigos QR, entre otros.

Y además se han puesto en marcha nuevos servicios de atención al turista en el conjunto de la red Tourist Info.

#### 9.9.2.1. Punto Violeta turístico

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

Se busca articular de forma explícita un servicio de carácter turístico y social dirigido a turistas y visitantes y hacer frente a esa lacra social.

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

Durante julio de 2020 se llevó a cabo una primera acción formativa introductoria sobre la materia que nos ocupa, bajo el título «Conceptos básicos sobre violencia de género», dirigida a las Oficinas de la Red Tourist Info de la Comunitat Valenciana arriba descrita.

Tras esas primeras acciones formativas la Dirección General de Turismo remitió una carta a los ayuntamientos adscritos a la Red, comunicando la iniciativa «Punto Violeta Turístico» y las propuestas básicas a seguir.

Por último, se distribuyó entre las Oficinas Tourist Info material gráfico «Punto Violeta Turístico», en 4 idiomas, editados por el Institut Valencià de les Dones.

Y será a lo largo de 2021 cuando se implemente forma efectiva el Punto Violeta Turístico entre las Oficinas adheridas.

#### 9.9.2.2. Digitalización de las Oficinas de la Red Tourist Info

Para favorecer la visión de la Comunitat Valenciana como un destino turístico inteligente, Turisme Comunitat Valenciana incrementa y acelera la digitalización de las Oficinas de Información Turística de la Comunitat Valenciana –Red Tourist Info-

mediante la implantación a tal fin de una herramienta de gestión de la información turística para la atención en tiempo real al turista presencial.

Esta herramienta, denominada *InfotouristAPI 2.0*, presenta varias y potentes mejoras:

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

## 9.10. FOMENTO DE LA HOSPITALIDAD TURÍSTICA

Toda la actividad de la Red Tourist Info se desarrolla conforme a parámetros de hospitalidad, acogida y atención personalizada.

Ciudadanos y turistas de la Comunitat Valenciana celebraron el Día Mundial del Turismo 2020 participando con las oficinas de la Red Tourist Info en diversas actividades, presenciales y *on line*, que se organizaron a lo largo de toda la Comunitat Valenciana, con un tema común: «*Turismo y desarrollo rural*».

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

## 9.11. RED TOURIST INFO: 30 AÑOS AL SERVICIO DEL TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

En 2020 se cumplieron 30 años de cooperación en esta materia entre las administraciones locales de la Comunitat Valenciana y la Generalitat, con la generación de un modelo de información turística en destino que podemos calificar sin duda de éxito, tanto cualitativa como cuantitativamente.

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

Más abajo se encuentra el logo conmemorativo de estas tres décadas, para su uso por las oficinas Tourist Info en diferentes soportes.



## 9.12. LA RED TOURIST INFO 2020 EN CIFRAS

<b>GESTIÓN DE LA RED POR LA ALERTA SANITARIA COVID-19</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Plan de contingencia de la Red Tourist Info.</li> <li>✓ Plan de reapertura Oficinas Tourist Info</li> <li>✓ Suministro de documentación estática corporativa de avisos de protección.</li> <li>✓ Suministro de elementos estáticos corporativos de protección.</li> </ul>
<b>COBERTURA JURÍDICA</b>	<p>57 convenios Tourist Info suscritos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ 51 convenio tipo.</li> <li>❖ 2 convenios específicos sin dotación económica.</li> <li>❖ 4 convenios de adhesión de nuevos municipios u oficinas.</li> </ul>
<b>COBERTURA TERRITORIAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 172 entidades locales adheridas.</li> <li>✓ 217 oficinas Tourist Info.</li> <li>✓ 21 puntos de Información Turística.</li> <li>✓ 2 nuevas Oficinas Tourist Info en 2020</li> </ul>
<b>INDICADORES DE SERVICIO CUANTITATIVOS</b>	<p>718.829 personas atendidas en la Red en 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Nacionales: 564.525</li> <li>❖ Internacionales: 154.304</li> </ul>
<b>INDICADORES DE SERVICIO CUALITATIVOS</b>	<p>8.090 encuestas de satisfacción cumplimentadas en la Red Tourist Info.</p>
<b>ENCUESTA TOURIST INFO VERANO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 5.466 encuestas de satisfacción cumplimentadas en la Red Tourist Info.</li> <li>✓ 103 oficinas participantes.</li> <li>✓ 9,50 puntos sobre 10 de media de valoración de los servicios Oficinas.</li> <li>✓ 9,57 puntos sobre 10 de media en cumplimiento de expectativas Oficinas.</li> <li>✓ 9,57 puntos sobre 10 de valoración medidas Covid-19 en la oficina.</li> </ul>
<b>ENCUESTA TOURIST INFO DE SEGUIMIENTO (DEL 1 DE ENERO AL 30 DE JUNIO)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 1390 cuestionarios cumplimentados.</li> <li>✓ 30 oficinas participantes (oficinas certificadas o distinguidas de en calidad).</li> <li>✓ 9,62 puntos sobre 10 de media de valoración de los servicios Oficinas.</li> <li>✓ 9,74 puntos sobre 10 de media en cumplimiento de expectativas Oficinas</li> </ul>
<b>ENCUESTA TOURIST INFO DE SEGUIMIENTO+ MEDIDAS ANTICOID-19 (DEL 16 DE SEPTIEMBRE AL 31 DE DICIEMBRE)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 1304 cuestionarios cumplimentados.</li> <li>✓ 30 oficinas participantes (oficinas certificadas o distinguidas de en calidad).</li> <li>✓ 9,66 puntos sobre 10 de media de valoración de los servicios Oficinas.</li> <li>✓ 9,72 puntos sobre 10 de media en cumplimiento de expectativas Oficinas.</li> <li>✓ 9,74 puntos sobre 10 de valoración medidas Covid-19 en la oficina.</li> </ul>

<p><b>ORIENTACIÓN AL CLIENTE: PLAN DE CALIDAD</b></p>	<p>103 certificaciones o distintivos de calidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ 29 certificaciones UNE-ISO 14785-Q.</li> <li>❖ 7 certificaciones ISO 9001.</li> <li>❖ 6 certificación ISO 14001.</li> <li>❖ 5 certificación UNE 170001.</li> <li>❖ 11 certificación <i>Safe Tourism</i></li> <li>❖ 45 distintivos SICTED.</li> </ul>
<p><b>COLABORACIÓN CON CENTROS FORMATIVOS DE OFICINAS PROPIAS.</b></p>	<p>Colaboración: 2 alumnos en prácticas de Grados de Universidades públicas y/o IES de módulos de formación profesional. 650 horas de prácticas curriculares.</p>
<p><b>PLAN DE FORMACIÓN RED TOURIST INFO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 12 jornadas formativas.</li> <li>✓ 40 horas de formación.</li> <li>✓ 1087 participantes entre técnicos e informadores de la Red.</li> </ul>
<p><b>SISTEMAS INFORMACIÓN TURÍSTICA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 3 grupos de trabajo Red Tourist info para el desarrollo de la Plataforma profesional y contenidos del Portal comunitatvalenciana.com.</li> <li>✓ Herramienta de gestión de la Red: <i>InfotouristAPI 2.0.</i></li> </ul>
<p><b>PROYECTOS DE INNOVACIÓN</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ IV premio a la Innovación en la Red Tourist Info:             <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Premio. Tourist Info Anna y Tourist Info Quesa.</li> <li>❖ Accésits: Tourist Info Dénia y Tourist Info Dénia-Consell.</li> </ul> </li> <li>✓ Punto Violeta turístico: 7 ediciones formativas y distribución material gráfico en 4 idiomas.</li> <li>✓ Digitalización de las Oficinas de la Red:             <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Atención digital multicanal del turista presencial.</li> <li>❖ Nuevos mecanismos para compartir información en Red.</li> </ul> </li> </ul>