

2021

INFORME DE GESTIÓN



GENERALITAT
VALENCIANA



TURISME
COMUNITAT VALENCIANA

- CONTENIDO -

1. ORDENACIÓN Y TRAMITACIÓN TURÍSTICA

1.1. NORMATIVA

- 1.1.1. Decreto 10/2021, de 22 de enero, del Consell, de aprobación del Reglamento regulador del alojamiento turístico en la Comunitat Valenciana.
- 1.1.2. Resolución de 22 de marzo de 2021, del director general de Turismo, sobre establecimientos y actividades turísticos de la Comunitat Valenciana, tras la publicación de 11 de marzo de 2021, de la consellera de Sanidad Universal y Salud Pública, por la que se acuerdan nuevas medidas como consecuencia de la situación de crisis sanitaria ocasionada por la Covid-19.
- 1.1.3. Modificación de la Ley 20/2017, de 28 de diciembre, de la Generalitat, de Tasas.
- 1.1.4. Modificación de la Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana.
- 1.1.5. Decreto 203/2021, de 17 de diciembre de modificación del Decreto 5/2020 de regulación del estatuto del municipio turístico de la CV.
- 1.1.6. Tramitación del Decreto del Registro de Turismo de la CV.
- 1.1.7. Borradores de decretos de interés turístico.
- 1.1.8.- Participación en consultas públicas de la normativa UE.

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. Autorregistro de viviendas de uso turístico.
- 1.3.4. Tramitación de dispensas.
- 1.3.5. 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 EEAT-i
- 1.5.4. Atención al usuario: contacta_turisme@gva.es
- 1.5.5 GESTAMPNET–MART-e

1.5.6 Proyecto PRODIGE

1.6. PROFESIONES TURÍSTICAS. GUÍAS DE TURISMO

1.6.1. Renovación de acreditaciones

1.6.2. Guías habilitados por países miembros de la Unión Europea

1.6.3. Nueva convocatoria de pruebas de guías habilitados

1.7. NUEVA PÁGINA WEB DE TURISMO

1.8. OTROS

1.8.1. Webinars.

1.8.2. Apoyo técnico en el funcionamiento de los órganos colegiados

1.8.3 Coordinación con los Servicios Territoriales

1.8.4 Emisión de acreditaciones

1.8.5 Formación

2. ASISTENCIA E INSPECCIÓN TURÍSTICA

2.1. INSPECCIÓN TURÍSTICA

2.1.1. Prevención y protección contra incendios

2.1.2 Control cumplimiento normativa turística

2.1.3. Actividades contra el intrusismo

2.1.4. Plan de inspección 2021

2.1.5. Tramitación de expedientes sancionadores y recursos

2.1.6. Aplicación corporativa sancionadora

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. Itinerario de interés turístico

2.2.5. Fiestas de Interés Turístico Nacional e Internacional

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. Crea Pyme. Creación de modelo de negocio

3.2. EXCELENCIA Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

3.2.1. SICTED – Calidad Integral en Destinos Turísticos

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 2021

3.3.1. Concesión directa de ayudas a profesionales del sector turístico y empresas turísticas por la Covid-19

3.3.2. Concesión directa de ayudas a establecimientos del ocio nocturno

3.3.3. Programa Bono Viaje Comunitat Valenciana 2021

3.4. ESTADÍSTICAS DE TURISME CV

3.4.1. 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. CONVOCATORIA Y GESTIÓN DE LOS PREMIS TURISME CV

3.7. CÓDIGO ÉTICO DEL TURISMO VALENCIANO

3.8. PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA

3.9. PROYECTOS EUROPEOS Y RELACIONES INTERNACIONALES

3.10. ESTRATEGIA PLANES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINO

4. INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS

4.1. INFRAESTRUCTURAS DE LITORAL

- 4.1.1. Actuaciones
- 4.1.2. Estado general de las playas de la Comunitat Valenciana

4.2. INFRAESTRUCTURAS EN LOS EDIFICIOS DE TURISME

- 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
- 4.2.3. Nuevo CdT de Benidorm
- 4.2.4. Instalaciones del Complejo industrial de Fábrica de Giner en Morella
- 4.2.5. Otras actuaciones, obras y convenios

4.3. ASESORAMIENTO E INFORMES PRECEPTIVOS

- 4.3.1. Asesoramiento
- 4.3.2. 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 – INVAT.TUR

6. PRODUCTO Y TERRITORIO

6.1. CREATURISME: ACTUACIONES CONJUNTAS Y POR PRODUCTO

- 6.1.1 Experiencias CV
- 6.1.2. Mediterráneo Activo/Deportivo
- 6.1.3. Medietrràneo Turismo Natural y Rural
- 6.1.4. Mediterràneo Cultural: Itinerarios, Rutas, Redes Culturales

6.2. L'EXQUISIT MEDITERRANI

- 6.2.1. Desarrollo de la red gastroturística
- 6.2.2. Convenios con entidades
- 6.2.3. Participación en ferias
- 6.2.4. Otras acciones promocionales y colaboraciones

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 NACIONAL
- 7.2.2. Mercado INTERNACIONAL

7.3.- VIAJES DE PRENSA Y FAMILIARIZACIÓN

7.4. ACTUACIONES ONLINE

7.5. ACTUACIONES DIRIGIDAS AL CONSUMIDOR FINAL

7.6. ACTUACIONES DE PRODUCTO

7.7. 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 de creatividades y 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
- 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. PUBLICACIONES

9. OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA. RED TOURIST INFO

9.1. INTRODUCCIÓN

9.2. LA GESTIÓN DE LA RED EN EL MARCO DE LA ALERTA SANITARIA POR EL COVID'19

9.3. COBERTURA DE LA RED

9.3.1. Cobertura jurídica- Convenios

9.3.2. Cobertura territorial

9.4. INDICADORES DE SERVICIO: HOSPITALIDAD

9.4.1 Indicadores cuantitativos

9.4.2. Indicadores cualitativos

9.5. ELEMENTOS DE IMAGEN CORPORATIVA

9.6. ORIENTACIÓN AL CLIENTE: PLAN DE CALIDAD

9.7. ASISTENCIA Y SOPORTE A LOS DESTINOS, EMPRESAS Y ENTIDADES

9.8. CUALIFICACIÓN DEL EQUIPO HUMANO: EL PLAN DE FORMACIÓN

9.9. SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

9.10. INNOVACIÓN EN LA RED

9.10.1 Premio a la Innovación de la Red Tourist Info 2021

9.10.2. Nuevos productos y servicios

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

9.12. LA RED TOURIST INFO 2021 EN CIFRAS

1

ORDENACIÓN Y TRAMITACIÓN TURÍSTICA

1. ORDENACIÓN Y TRAMITACIÓN TURÍSTICA

1.1. NORMATIVA

La Ley 15/2018, de 7 de junio, de la Generalitat, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat 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.

La segunda modificación de la LTOH ha venido dada por la Ley 7/2021, de 29 de diciembre, de la Generalitat, de medidas fiscales, de gestión administrativa y financiera y de organización de la Generalitat 2022, a efectos de:

- Establecer el silencio negativo en el procedimiento administrativo de reconocimiento de municipio turístico.
- Introducir el concepto ecoturismo.
- Establecer condiciones sociales en materia de contratación y concesión de subvenciones.

Desde la publicación de la LTOH en el DOGV, durante los siguientes años se han ido abordando la elaboración y tramitación de reglamentos previstos en desarrollo de aquella.

1.1.1. 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 cuanto al 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 Comunitat valenciana, así como sus modalidades y clasificación, régimen de funcionamiento y prestación de servicios. Hasta ahora, cada una de las modalidades de alojamiento contaba con un decreto específico que 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.

Uno de los objetivos del proyecto de decreto fue 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 del Turismo Valenciano 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.

1.1.2. Resolución de 22 de marzo de 2021, del director general de Turismo, sobre establecimientos y actividades turísticos de la Comunitat Valenciana, tras la publicación de 11 de marzo de 2021, de la consellera de Sanidad Universal y Salud Pública, por la que se acuerdan nuevas medidas como consecuencia de la situación de crisis sanitaria ocasionada por la Covid-19.

1.1.3. Modificación de la Ley 20/2017, de 28 de diciembre, de la Generalitat, de Tasas.

El capítulo V de la LTOH, titulado «Difusión, asesoramiento e información», se refiere a la actividad profesional de guía oficial de turismo y al acceso a su ejercicio, sujeto a acreditación, así como las circunstancias para el ejercicio de la actividad de los guías de turismo de otras comunidades autónomas y de la Unión Europea.

En este sentido y en referencia al Decreto 62/1996, de 25 de marzo, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento regulador de la profesión de guía de turismo, regula la figura y la actividad del guía de turismo, los requisitos necesarios para obtener la acreditación precisa para el ejercicio de dicha actividad, las pruebas de habilitación a superar por quienes pretenden dedicarse a su ejercicio, y los derechos y obligaciones que les incumben una vez inscritos en el registro al efecto existente en la Comunidad Valenciana. El párrafo primero del artículo 8 del mencionado decreto establece que “las pruebas para la obtención de la habilitación de guía de turismo se convocarán periódicamente por la Conselleria que ostente las competencias en materia de turismo”. Además, el artículo 14 del Decreto 169/2020, de 30 de octubre, del Consell, de aprobación del Reglamento orgánico y funcional de la Presidencia de la Generalitat dispone que la **Dirección General de Turismo** ejerce las funciones de promoción y ordenación del turismo; control, coordinación y supervisión de la actividad y funcionamiento de Turisme Comunitat Valenciana; el ejercicio de las competencias administrativas en el ámbito normativo, inspector y sancionador de la actividad turística; y cualesquiera otros que le atribuya la legislación vigente o se le asignen reglamentariamente. Dado que el órgano competente de la Conselleria que ostenta las competencias en materia de turismo y, más en concreto, de la realización de las pruebas para la obtención de la habilitación de guía de turismo de la Comunitat Valenciana y para la ampliación de idiomas para los guías de turismo ya habilitados para ejercer la profesión en la Comunitat Valenciana es la Dirección General de Turismo se ha considerado necesario y oportuno modificar la mencionada denominación. Por estas razones se ha modificado la Ley 20/2017, de 28 de diciembre, de la Generalitat, de tasas, a través de la ley 7/2021, de 29 de diciembre, de la Generalitat, de medidas fiscales, de gestión administrativa y financiera y de organización de la Generalitat 2022, publicada el DOGV de 30 de diciembre de 2021.

1.1.4. Modificación de la Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana.

Durante el año 2021, se ha modificado la LTOH a través de la ley 7/2021, de 29 de diciembre, de la Generalitat, de medidas fiscales, de gestión administrativa y financiera y de organización de la Generalitat 2022.

Por una parte, se ha introducido en la LTOH la regulación del Ecoturismo y, por otro, se ha establecido expresamente el sentido del silencio negativo para el caso en el que un Municipio de la Comunitat Valenciana solicite la condición de municipio turístico a través del procedimiento correspondiente. En relación con el Ecoturismo, hacía falta una regulación normativa del Ecoturismo en la Comunitat Valenciana en la LTOH. Por ello ha sido necesario emprender una serie de cambios legislativos que permitan modificar el marco jurídico donde se realizan las actividades turísticas en nuestro territorio en forma compatible con el mantenimiento y desarrollo de la actividad socioeconómica, con criterios de uso sostenible de los recursos naturales y búsqueda de modelos innovadores de ecodesarrollo. La Comunitat Valenciana se caracteriza por una notable diversidad de ambientes que, en conjunto, configuran un patrimonio natural rico y variado. Esta diversidad viene dada en parte por las características físicas del territorio valenciano, situado en la encrucijada entre sectores biogeográficos diversos y con un soporte físico variado en cuanto a geomorfología, clima, suelos, hidrogeología y otros factores. Esta circunstancia, ayudada por una historia ecológica compleja, es propicia a la variabilidad ambiental y, consecuentemente, a la existencia de una notable biodiversidad.

Respecto a la modificación de la LTOH mencionada anteriormente del sentido del silencio negativo, el capítulo II del título II del libro II de la LTOH reconoce el carácter turístico de los municipios de la Comunitat Valenciana y la orientación de sus servicios al cumplimiento de los principios y conceptos básicos recogidos en la ley, a la vez que prevé la elaboración de un estatuto del municipio turístico que regule de manera detallada su régimen jurídico.

En estos sentido y para dar cumplimiento al artículo 21.4 y 24.1 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común se ha introducido un párrafo en el apartado 5 del artículo 29 de la LTOH donde se establece expresamente el sentido del silencio negativo para el caso de que no haya habido resolución expresa del departamento del Consell competente en materia de turismo, con el fin de evitar que por silencio se reconozca la condición de municipio turístico a aquel que no cumpla con los criterios y obligaciones establecidos, máxime en el presente caso en el que nos encontramos ante un procedimiento administrativo en el que ambas partes tienen carácter de administración pública.

Finalmente, vía enmienda, se ha modificado el apartado tercero del artículo 45 y se añade una nueva disposición adicional a la Ley 15/2018, de 7 de junio, de la Generalitat, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana, para incluir condiciones sociales en las convocatorias de subvenciones al sector turístico.

1.1.5. Decreto 203/2021, de 17 de diciembre de modificación del Decreto 5/2020 de regulación del estatuto del municipio turístico de la Comunitat Valenciana.

El 29 de diciembre de 2021 se ha publicado en el DOGV el Decreto 203/2021, de 17 de diciembre, del Consell, de modificación del Decreto 5/2020, de 10 de enero, del Consell, de regulación del estatuto del municipio turístico de la Comunitat Valenciana. La LTOH establece, entre otros instrumentos de planificación territorial, la elaboración de un estatuto del municipio turístico, que se materializó por medio del mencionado Decreto 5/2020, de 10 de enero, del Consell.

La disposición adicional segunda del Decreto 5/2020, Evaluación y seguimiento de la aplicación del Estatuto del Municipio Turístico, establece que “El departamento del Consell competente en materia de turismo evaluará anualmente la aplicación de este decreto, proponiendo, en su caso, las medidas de modificación y mejora que considere oportunas”. Y añade que “En el seguimiento de la aplicación de este decreto se recabará la colaboración de la FVMP”.

Una vez transcurridos más de veinte meses desde la entrada en vigor del citado decreto, se ha procedido a dar cumplimiento a esa evaluación, contando con la colaboración de la Federación Valenciana de Municipios y Provincias. Como consecuencia de todo ello, se han planteado varias modificaciones del Decreto 5/2020, con el objetivo principal de flexibilizar los criterios para el reconocimiento de la condición de municipio turístico, de manera que este reconocimiento se pueda ampliar a un mayor número de municipios de la Comunitat Valenciana. Para ello, en la búsqueda de una mayor eficacia de la norma y de su proporcionalidad, se incluye como novedad la diversificación en tres categorías: municipio turístico de excelencia, municipio turístico de relevancia y municipio turístico de singularidad. Con ello, se procede fundamentalmente a dar cumplimiento al apartado 2 del artículo 29 de la LTOH, referido al estatuto del municipio turístico, que señala que “El estatuto del municipio turístico podrá diversificar la condición de municipio turístico en virtud del grado de cumplimiento de los criterios y obligaciones establecidos”.

La introducción de las tres categorías referidas obliga, por seguridad jurídica, a introducir nuevos cambios en el articulado, como, por ejemplo, en los artículos 5, 6, 7 y 8, relativos a los criterios para el reconocimiento de municipios turísticos en sus diferentes categorías o la modificación de los artículos 2, 20, 21 y 22, motivada por la posibilidad de modificar o perder el reconocimiento en una determinada categoría.

Finalmente, se ha concretado la forma de cumplimiento de alguna de las obligaciones exigidas.

1.1.6. Tramitación del Decreto del Consell por el que se regula el Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana.

Durante el año 2021 se ha procedido a la tramitación del Decreto del Consell por el que se regula el Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana (en adelante, el Registro). El capítulo VI del título I del Libro III de la LTOH regula el Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana como un registro público y gestionado por el departamento del Consell competente en materia de turismo, en el que se inscribirán, de oficio, las empresas, establecimientos y personas o entidades prestadoras de servicios turísticos de la Comunitat Valenciana, cuando presenten la correspondiente comunicación o declaración responsable. Así mismo, establece que la inscripción en el Registro será gratuita y su régimen de organización y funcionamiento se determinará reglamentariamente. Por ello, se hace necesario dictar una regulación del Registro que desarrolle y se adapte a las prescripciones legales vigentes. El Decreto tiene por objeto ofrecer una regulación completa del Registro, que se adecúe al contenido de la vigente LTOH, e incluye una serie de disposiciones generales, aborda el objeto del decreto, la finalidad del Registro, su régimen jurídico y su estructura, así como la persona responsable del Registro. Además, el decreto regula la inscripción obligatoria y potestativa en el Registro, así como los efectos y publicidad en el mismo. Según su artículo 3, toda solicitud, declaración responsable o comunicación que genere o pretenda generar cualquier tipo de inscripción en el Registro, deberá presentarse exclusivamente por medios electrónicos. El Decreto 1/2022, de 14 de enero, del Consell, de regulación del Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana, ha sido publicado en el DOGV nº 9272 de 07.02.2022.

1.1.7. Durante el año 2021 se han trabajado los siguientes borradores.

- Proyecto de Decreto regulador del Turismo Activo y Ecoturismo.
- Proyecto de Decreto regulador de los establecimientos donde se desarrolla la actividad turística gastronómica en la Comunitat Valenciana.
- Proyecto de Decreto por el que se modifica el Decreto 142/2020, de 25 de septiembre, de regulación de la línea específica del Fondo de cooperación municipal para municipios turísticos de la Comunitat Valenciana.

1.1.8. Durante el año 2021 se ha analizado y participado en las siguientes consultas de normativa en tramitación en la Unión Europea.

- Proyecto de Directiva. Iniciativa de la Comisión Europea de regulación los servicios de alquiler de alojamiento a corto plazo "STR".

- Proyecto de regulación de Encuesta sobre opiniones y calificaciones de los consumidores en línea sobre alojamientos turísticos.

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	74	17	236	17	344
Campings y áreas de pernocta	3	1	50	2	56
Bloques y conjuntos de viviendas turísticas	21	0	16	0	37
Alojamientos turísticos rurales	53	22	44	3	122
Turismo activo	72	23	25	0	120
Restauración	41	8	58	0	107
Agencias de Viajes	67	23	71	210	371
Empresas gestoras de viviendas turísticas	62	35	65	0	162
Viviendas turísticas	5.068	1.683	1.138	0	7.889
TOTAL	5.461	1.812	1.703	232	9.208

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 2021 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 MART-e de los circuitos necesarios para la inscripción de estas empresas.

Actuaciones durante el año 2021:

TIPO DE RESOLUCIÓN	NÚMERO
Inscripciones	24
Denegaciones	16
Desistimientos	11
Bajas	3
Inadmisiones	41

1.3 GESTIÓN DE PROCEDIMIENTOS ESPECIALES

1.3.1 – Accesibilidad

En el marco del *Plan Estratégico del Turismo Accesible de la Comunitat Valenciana 2021-2025* siguiendo la línea del plan estratégico 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 2021 se realizaron las siguientes auditorías de comprobación en alojamientos turísticos:

TIPO DE EMPRESA TURÍSTICA	NÚM.
Establecimientos hoteleros auditados	133
Establecimientos hoteleros adaptados	7
Establecimientos hoteleros practicables (con necesidad de acompañante)	14
Albergues rurales auditados	3
Albergues rurales adaptados	1
Albergues de ciudad auditados	0
Casas rurales auditadas	3
Casas rurales adaptadas	2
Campings auditados	3
Campings de turismo adaptados	0
Viviendas turísticas	0
Bloques y conjuntos de viviendas turísticas	2

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 2021, en la Dirección General de Turismo de la Comunitat Valenciana se tramitaron 97 solicitudes de informes sobre Declaración, o Exención de Interés Comunitario.

INFORMES DE DICs	NÚM.
Declaraciones de Interés Comunitario	56
Exenciones de Declaración de Interés Comunitario	41

1.3.3 – Autoregistro de viviendas de uso turístico

Durante 2021, desde la puesta en funcionamiento de la aplicación que permite a los titulares autoregistrar 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 2.451 registros de viviendas turísticas.

Sin perjuicio de lo anterior matizado y durante el año 2021, 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 Comunitat 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, y será objeto de actualización en 2022.

1.3.4- 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 2021 se han solicitado un total de 21 dispensas, de las cuales 2 inadmitidas y 2 denegadas. Atendiendo al tipo de establecimiento las resoluciones favorables se relacionan en la tabla siguiente.

	HOTELES	CAMPINGS	ALOJAMIENTO RURAL	BLOQUES
Dispensas	7	2	1	7

1.3.5. Informes emitidos en cumplimiento de la Ley 5/2014, de 25 DE julio, de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje de la Comunitat Valenciana (LOTUP) y el Decreto Legislativo 1/2021, de 18 de junio, del Consell de aprobación del texto refundido de la Ley de ordenación del territorio, urbanismo y paisaje (DOGV» núm. 9129, de 16/07/2021).

1.- Informe sobre el procedimiento de evaluación ambiental del Plan General Estructural de Corbera, solicitado por la Dirección General del Medio Natural y Evaluación Ambiental, de la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica.

2.- Informe sobre los posibles efectos del Plan Especial de Protección del Castillo de Cofrentes en el medio ambiente, que permita adoptar una decisión definitiva sobre la viabilidad ambiental de dicho plan, solicitado por el Servicio de Evaluación Ambiental Estratégica de la Dirección General del Medio Natural y Evaluación Ambiental, de la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica.

- 3.- Informe sobre el procedimiento de evaluación ambiental del Plan de Ordenación de los recursos forestales de la demarcación forestal de Liria, solicitado por el servicio de Evaluación Ambiental Estratégica de la Dirección General del Medio Natural y Evaluación Ambiental, de la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica.
- 4.- Informe sobre el sometimiento a información pública de los documentos del Programa de actuación integrada de la unidad de ejecución única jardines de San Luís de Nules, solicitado por el Ayuntamiento de Nules.
- 5.- Informe sobre el sometimiento a participación pública y consulta del Plan Parcial del Sector B-1a Mil Palmeras del PGMOU, solicitado por el Ayuntamiento de Orihuela.
- 6.- Informe sobre la Versión Preliminar de la Modificación Puntual del Plan General y Ordenación Pormenorizada del ámbito Anibits-Margequivir, Estudio Ambiental y Territorial Estratégico y demás documentos exigibles, solicitado por el Ayuntamiento de Callosa d'En Sarrià.
- 7.- Informe sobre la solicitud de inicio de la evaluación ambiental y territorial estratégica, por el procedimiento simplificado, para el Catálogo de Protecciones de Picanya, referido a su patrimonio cultural, natural y paisajístico, solicitado por el Servicio de Evaluación Ambiental Estratégica de la Dirección General del Medio Natural y Evaluación Ambiental, de la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica.
- 8.- Informe sobre el Texto Refundido del Plan Estructural y las determinaciones de la ordenación detallada de Pedreguer, en fase de información pública, solicitado por el Ayuntamiento de Pedreguer.
- 9.- Informe sobre el Plan de Ordenación de los Recursos Forestales (PORF) de la Demarcación Forestal de Xàtiva, solicitado por la Dirección General del Medio Natural y Evaluación Ambiental, de la Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica.
- 10.- Informe sobre la modificación puntual número 7 del Plan General de Ordenación Urbana "Ampliación Sector 11, El Mesell", en fase de información pública, solicitado por el Ayuntamiento de El Campello.
- 11.- Informe sobre el Texto Refundido del Plan General de Higuieruelas adaptado a la Memoria Ambiental, solicitado por el Servicio Territorial de Urbanismo de la Conselleria de Política Territorial, Obras Públicas y Movilidad.
- 12.- Informe sobre el documento de alcance del estudio ambiental y territorial estratégico del catálogo de bienes y espacios protegidos de la Poble de Farnals, solicitado por el Ayuntamiento de la Poble de Farnals.
- 13.- Informe sobre la versión preliminar del Plan General Estructural, Estudio Ambiental y Territorial Estratégico y del Plan de Ordenación Pormenorizada del municipio de Alcublas,

solicitado por el Ayuntamiento de Alcublas.

14.- Informe sobre la versión preliminar del Plan General Estructural y del Plan de Ordenación Detallada, incluyendo el estudio ambiental y territorial estratégico y el resto de los documentos exigibles por la normativa sectorial para su tramitación simultánea, solicitado por el Ayuntamiento de Ràfol de Salem.

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 **12 recursos de alzada**.

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 Estados 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 2021 se realizaron cuatro 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 2021 se recibieron un total de 7.171 solicitudes de tramitación vía telemática, lo que supone un incremento con respecto al año anterior de alrededor de 3.712 solicitudes. La evolución del uso de esta vía ha sido ascendente desde su puesta en funcionamiento.

1.5.3. Plataforma EEAT-i

La plataforma EEAT-i es una herramienta informática que facilita el procedimiento de comunicación telemática de uso de «viviendas de uso turístico» por las empresas gestoras. Durante 2021 se ha trabajado con el departamento de informática para actualización la aplicación.

1.5.4. Atención al usuario: contacta_turisme@gva.es

La web institucional de Turisme CV pone a disposición de los usuarios el correo electrónico contacta_turisme@gva.es para consultas, peticiones y solicitudes de información sobre aplicación de las normas del sector turístico. Las consultas recibidas en 2021 por esta vía han sido:

CONSULTAS RECIBIDAS	NÚM.
AGENCIAS DE VIAJES	12
DISTINTIVOS	2
EMPRESAS TURÍSTICAS	83
PROFESIONES TURÍSTICAS GUIAS DE TURISMO	16
VIVIENDAS TURÍSTICAS	136
TOTAL, PETICIONES Y CONSULTAS	249

1.5.5. Proyecto GESTURNET- MART-e.

Durante 2021, se han realizado reuniones internas con los distintos servicios territoriales de turismo y con los servicios correspondientes de la Dirección General de Servicios de la Información (DGTIC), con una periodicidad quincenal (aproximadamente) para:

- El diseño de la nueva aplicación de gestión de empresas turísticas (GESTURNET).
- El diseño de los nuevos expedientes relacionados con estas empresas y su integración en la nueva plataforma de tramitación MART-e. Todo ello, para optimizar la eficiencia y transparencia en la gestión del Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana, cuya finalidad básica según el *Decreto 1/2022, de 14 de enero, del Consell, de regulación del Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana*, es servir de instrumento de conocimiento del sector turístico y de información para el ejercicio de las potestades administrativas que ostenta la administración turística, de forma que facilite las actividades de ordenación, inspección, control, verificación, programación y planificación a ella atribuidas, así como el suministro de información a las personas o entidades interesadas.

1.5.6. Proyecto PRODIGE

En 2021, se ha participado en la formación para la implementación de PRODIGE, herramienta informática para la tramitación de la normativa turística, gestionada por la Subsecretaría de Presidència.

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 Consell, (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.

Con fecha de diciembre de 2021 hay **1253** guías habilitados que constan como activos en la Comunitat Valenciana. Durante este ejercicio se han tramitado **195** acreditaciones de las cuales 185 han sido por renovación y 10 duplicados por extravío o sustracción. Se ha continuado la campaña de actualización del registro de guías de la Comunitat Valenciana iniciada en octubre de 2019. En este ejercicio se han pasado a inactivos **62** de los vencidos entre 2001-2018 que, tras la depuración han continuado sin solicitar la renovación. Se ha contactado con los **230** de vencimiento entre 2019-2020 que no habían renovado en su momento. Así como, a mes vencido, los que han ido caducando a lo largo del año. Estas actuaciones se han visto interrumpidas por la convocatoria de habilitación de nuevos guías por lo que de los caducados en el período 2019-2020 quedan todavía 107 sin solicitar renovación que siguen figurando como activos en el registro.

1.6.2. Guías habilitados por 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 2021 se dictaron 3 resoluciones de reconocimiento de cualificación profesional de guía de turismo habilitado, dos en Francia y uno en Hungría, a fin de que pudieran prestar servicios y establecerse en la Comunitat Valenciana.

1.6.3. Nueva convocatoria de pruebas de guías habilitados.

El artículo 5 del Decreto 62/1996, de 25 de marzo, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento regulador de la profesión de guía de turismo, establece que el ejercicio de la actividad profesional de guía de turismo en la Comunitat Valenciana requerirá la obtención de una habilitación que tendrá carácter indefinido. Asimismo, establece que dicha habilitación se obtendrá mediante la superación de las pruebas que a tal fin convoque la Conselleria que ostente las competencias en materia de turismo, y no tendrá la consideración de título sino de cualificación profesional para el ejercicio de dicha actividad.

Por otra parte, el artículo 8 de dicho decreto prevé la convocatoria periódica de pruebas y establece que el procedimiento se regirá por las respectivas convocatorias que determinarán, además, el sistema, tribunal y demás circunstancias que procedan.

Por todo ello, en fecha 16 de junio de 2021 se publicó la Resolución de 3 de junio de 2021, del Director General de Turismo y Director de Turisme Comunitat Valenciana, 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.

Con dicha convocatoria se pretendía facilitar la participación del mayor número posible de personas aspirantes a ejercer la profesión de guía de turismo a fin de, no solo facilitar la creación de empleo, y la integración de los visitantes con la población, la cultura y el medio ambiente local, sino de incrementar y mejorar la oferta de servicios turísticos de difusión, asesoramiento e información sobre recursos y manifestaciones históricas, culturales, artísticas o cualesquiera otras de carácter turístico para valorizar la historia, la cultura, las tradiciones, el territorio y el paisaje de la Comunitat Valenciana.

Por primera vez la presentación de las solicitudes de admisión a las pruebas ha sido telemática desde la Sede Electrónica de la Generalitat, en el enlace de tramitar con certificado del trámite de la Guía Prop correspondiente a 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 el siguiente enlace web:

https://www.gva.es/es/inicio/procedimientos?id_proc=748

Se presentaron un total de **372 aspirantes**, de los que 14 fueron excluidos del proceso por razones debidamente justificadas de acuerdo con la convocatoria, y 25 eran ya guías habilitados que se presentaban para ampliación de idiomas, quedando 333 aspirantes para realizar las pruebas de habilitación de guía de turismo de la Comunitat Valenciana.

Los aspirantes que optaban a estas pruebas han tenido que acreditar el dominio de una lengua extranjera nivel B2 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, además del de una de las oficiales de la Comunitat Valenciana. Aquellos aspirantes que no han podido acreditar el dominio B2, realizaron las correspondientes pruebas de conocimiento de al menos un idioma extranjero los días 23 y 24 de octubre de 2021. Estas pruebas se realizaron telemáticamente, remitiendo a cada aspirante el enlace con el profesor asignado para realizar la prueba.

Los idiomas de los que los aspirantes han solicitado examinarse han sido: inglés, francés, italiano, portugués, alemán, ruso, chino, ucraniano, japonés, finlandés, rumano, húngaro, nepalí y neerlandés. Además de las pruebas de idiomas, los aspirantes a guías de turismo tienen que demostrar conocimientos culturales, artísticos, geográficos y del medio ambiente de la Comunitat Valenciana; actualidad política, económica, social y cultural; así como de habilidades relacionadas con la gestión, asistencia y asesoramiento a grupos turísticos y preparación y desarrollo de itinerarios turísticos.

1.7. NUEVA PÁGINA WEB TURISMO

Durante 2021, tras el preceptivo periodo de análisis, actualización y priorización de contenidos, en colaboración con el departamento de portales de la DGTIC, se ha puesto en funcionamiento en la página de Presidencia de la Generalitat, el apartado correspondiente a la Dirección General de Turismo. <https://presidencia.gva.es/es/web/turisme>

1.8. OTROS

1.8.1. Webinars

A) Webinar sobre el Decreto 10/2021, de 22 de enero, del Consell, de aprobación del Reglamento regulador del alojamiento turístico en la Comunitat Valenciana celebrado el 11 de junio de 2021, en la que se registraron 347 participantes.

B) Webinar sobre el proyecto de Decreto del Registro de Turismo, celebró el 21 de julio de 2021, con 55 asistentes.

1.8.2. Apoyo técnico en el funcionamiento órganos colegiados.

- Consejo Valenciano de Turismo (colaboración con la secretaria en la convocatoria).
- Colaboración administrativa en las designaciones de los órganos colegiados en los que participa personal de la administración turística.

1.8.3. Coordinación con los Servicios Territoriales.

Se han realizado periódicamente reuniones telemáticas de coordinación entre el servicio y los servicios territoriales, creándose una carpeta compartida para facilitar el intercambio y constancia de la información.

1.8.4. Emisión de acreditaciones.

Agentes y Técnicos de inspección de los Servicios Territoriales de Turismo, personal de Tourist-Info e inspectores de la Conselleria d' Economia sostenible, sectors productius, comerç i treball.

1.8.5. Formación

- Asistencia al X Congreso Ecoturismo.
- Preparación de contenidos, junto con el Servicio de Asistencia e Inspección, y búsqueda profesorado para el curso aprobado por el IVAP para 2022: 2311- ADAPTACIÓ DE LA NORMATIVA REGULADORA DEL REGISTRE DE TURISME DE LA CV A L'ADMINISTRACIÓ ELECTRÒNICA, cuyo objetivo es adquirir conocimientos y resolver dudas ante el nuevo escenario regulador tras la entrada en vigor del Decreto 1/2022, de 14 de enero, del Consell, de regulación del Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana, especialmente en materia de Administración Electrónica.



ASISTENCIA E INSPECCIÓN TURÍSTICA

2.1. INSPECCIÓN TURÍSTICA

2.1.1 Prevención y protección contra incendios

La minoración de las campañas de inspección en los últimos años enfocadas a esta materia, han llevado a un nuevo planteamiento en la contratación de servicios dado el carácter técnico, en las provincias de Alicante y de Castellón, que llevó a efectuar la propuesta de elaboración de un contrato de servicios por la Dirección General de Turismo, el 22 de julio de 2020. Dicha propuesta se debía a la falta de medios personales con conocimientos específicos en materia de seguridad contra incendios en establecimientos de alojamiento turístico, en los Servicios Territoriales de Castellón y Alicante, necesarios para la elaboración de informes técnicos de comprobación del cumplimiento de la normativa de seguridad contra incendios en dichas provincias, así como las dudas o necesidades que se deriven de un expediente sancionador en los servicios centrales y dar de esta forma, correcto cumplimiento de la normativa en materia de seguridad de incendios en alojamientos turísticos exigible en la Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad en la Comunitat Valenciana. Asignado el expediente por el Servicio de Contratación y Asuntos Generales de Presidencia, CNMY20/TURIS/45, se adjudicó a la empresa Negrosobreazul S.L.U, mediante resolución del subsecretario de Presidencia de fecha 20 de noviembre de 2020.

El contrato finalizó el 19 de noviembre de 2021, con el siguiente resultado:

- Alicante 15 visitas a establecimientos hoteleros.
- Castellón 6 visitas a establecimientos hoteleros.

Se ha elaborado la solicitud de designación de representante de la intervención delegada para la recepción del contrato y el informe de finalización y conformidad, completando así el procedimiento administrativo.

2.1.2 Control cumplimiento normativa turística

Con el objetivo de elevar la calidad de la oferta existente asegurando la subsanación de las posibles deficiencias o irregularidades que pudieran surgir, así como garantizar el adecuado cumplimiento de las obligaciones para con los usuarios y usuarias y detectar las actividades que operen en la clandestinidad, durante el ejercicio 2021 se han realizado las siguientes acciones:

a. Gestión de reclamaciones: Se han recibido y tramitado **1076 reclamaciones de usuarios** turísticos con el siguiente desglose:

VALENCIA	321
ALICANTE	505
CASTELLÓN	250

b. Inspecciones: Respecto a la actividad inspectora, se han realizado **1.875 actuaciones**, con la desagregación provincial que se indica a continuación:

VALENCIA	885
ALICANTE	509
CASTELLÓN	481

c. El número de consultas recibidas con relación a reclamaciones y denuncias a través de contacta_turismo@gva.es ha sido de 15. Hay que tener presente que la actividad inspectora turística se ha visto, en parte, afectada por los efectos de la crisis sanitaria ocasionada por la Covid-19, que conllevó, entre otras medidas, la limitación de la libertad de circulación de las personas. Igualmente, hay que considerar las limitaciones / restricciones perimetrales de entrada y salida en determinados municipios, cierres cautelares de establecimientos y espacios derivados de la normativa autonómica, lo que supuso que la actividad inspectora preferentemente se llevara a cabo mediante la utilización de medios no presenciales como pueden ser la atención telefónica o el uso de Internet.

2.1.3. Actividades contra el intrusismo

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

La administración continúa valorando positivamente esta línea de actuación, si bien actúa paralelamente, a través de la inspección turística, efectuando un seguimiento de las plataformas que continúan actuando sin cumplir con lo establecido en la Ley 15/2018, de 7 de junio, de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana y por tanto ante la omisión calificada como falta grave del artículo 92.17 de la ley, de no publicitar el número de inscripción de la vivienda turística en los portales.

Se han efectuado los requerimientos a las plataformas de internet para la eliminación de ofertas de alquiler de viviendas turísticas que se publicitan y comercializan en sus webs, sin el número de inscripción del Registro de Turismo o bien con firmas que no se ajustan a la realidad, siguiendo los listados últimos facilitados por la empresa Guadatel. Concretamente en Alicante se han hecho requerimientos a:

PLATAFORMA	N.º DE CORREOS	ESTABLECIMIENTOS A RETIRAR
Rentalia	5	11
Central de Reservas	2	3
Campaya	2	5
Booking	19	47

Tanto en Valencia como en Castellón se han subsanado y depurado considerablemente la información errónea del número de inscripción en la publicidad de las plataformas de internet a excepción de las que figuran en la web de la plataforma AIRBNB. La mayoría de las plataformas de internet colaboran de forma positiva y continúan haciéndolo ante la comunicación que se les realiza desde la administración turística. No obstante, hay que señalar que en estas plataformas se publicita todo tipo de tipología de alojamiento turístico reglado y no solo viviendas de uso turístico.

2.1.4. Plan de inspección 2021

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 2021, se aprobó el Plan de inspección de Turismo mediante resolución del director general de Turismo de fecha 23 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

Hay que tener presente que la actividad inspectora turística se ha visto, en parte, afectada por los efectos de la crisis sanitaria ocasionada por la Covid-19, que conllevó, entre otras medidas, la limitación de la libertad de circulación de las personas. Igualmente, hay que considerar las limitaciones/restricciones perimetrales de entrada y salida en determinados municipios, cierres cautelares de establecimientos y espacios derivados de la normativa autonómica, lo que supuso que la actividad inspectora preferentemente se llevara a cabo mediante la utilización de medios no presenciales como pueden ser la atención telefónica o el uso de Internet.

Señalar que en la ejecución del plan del año 2021 se han completado al 100% las actuaciones que quedaron pendientes del ejercicio 2020.

PLAN GENERAL

ACTUACIONES DEL PLAN GENERAL	PREVISIONES PLAN 2021	EJECUCIÓN	%
Programa de comprobación y control de actividades y empresas turísticas conforme a la legislación turística.	No es posible cuantificar a priori el número de actuaciones a realizar, ya que depende de las declaraciones responsables.	n.º de actuaciones realizadas 1.875 - Valencia, 885 - Alicante, 509 - Castellón, 481	100%
Programa de calidad y competitividad en hoteles y el cumplimiento de los distintivos por empresas establecimientos turísticos.	nº de hoteles de 4 estrellas a comprobar: - Valencia 10 - Castellón 17 nº de hoteles de 3 estrellas a comprobar: - Valencia 13 - Alicante 31 nº de hoteles de 2 estrellas a comprobar:	nº de hoteles de 4 estrellas comprobados: -Valencia 10 -Castellón 17 nº de hoteles de 3 estrellas comprobados: -Valencia 13 + 3 del 2020 -Alicante 13+5 del 2020 nº de hoteles de 2 estrellas	77,08%

ACTUACIONES DEL PLAN GENERAL	PREVISIONES PLAN 2021	EJECUCIÓN	%
	<ul style="list-style-type: none"> - Valencia 5 - Alicante 20 	comprobados: -Valencia 5+5 del 2020 -Alicante 3	
Programa de actualización del registro de alojamientos turísticos rurales en la Comunitat Valenciana.	Nº de alojamientos turísticos rurales a comprobar: <ul style="list-style-type: none"> - Valencia 45 - Alicante 27 - Castellón 17 	Nº de alojamientos turísticos rurales comprobados: <ul style="list-style-type: none"> - Valencia 45 - Alicante 12 - Castellón 17 	83,14%
Programa de actualización del registro de viviendas de uso turístico	Sin previsión cuantificable inicial	Valencia 316 empresas gestoras de viviendas turísticas Castellón 95 Viviendas Turísticas y 32 Empresas Gestoras Además, informan sobre el decreto 10/2021 regulador del alojamiento turístico y del decreto 2/2017 de distintivos turísticos	100%

ACTUACIONES DEL PLAN GENERAL	PREVISIONES PLAN 2021	EJECUCIÓN	%
Programa de comprobación y verificación en bloques y conjuntos de apartamentos turísticos.	nº de bloques y conjuntos de viviendas turísticas a comprobar: - Alicante 24	- Alicante 10	41,66%

PLANES ESPECIALES

ACTUACIONES PLANES ESPECIALES	PREVISIONES PLAN 2021	EJECUCIÓN	%
Programa sector campings- Sistema de evacuación y emergencias.	nº de establecimientos a verificar los sistemas de evacuación y vías de emergencias, las modificaciones de capacidad y distintivo: - Valencia 17 - Alicante 22 - Castellón 12	nº de establecimientos que se han verificado: - Valencia 17 - Alicante 15 - Castellón 12	86,27%
Programa de intrusismo: Viviendas uso turístico	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 los ayuntamientos turísticos.	Castellón 63 actuaciones. Se han remitido 5 acuerdos de colaboración firmados con los ayuntamientos para la colaboración contra el intrusismo: Navajas, Morella, Benicassim, Peñíscola y Alcalà de Xivert- Alcossebre. Valencia 221 actuaciones.4 convenios	100%

ACTUACIONES PLANES ESPECIALES	PREVISIONES PLAN 2021	EJECUCIÓN	%
		suscritos: Gandia, Cullera, El Puig y Alboraiá Alicante 21 actuaciones. 7 convenios: Oliva, Santa Pola, Calpe, Benidorm, El Campello, Xàbia y Finestrat.	
Programa de intrusismo: Guías de turismo.	nº de visitas de inspección a lugares más emblemáticos para comprobar in situ la habilitación como Guía Turístico de las personas que efectúan visitas turísticas: <ul style="list-style-type: none"> - Valencia 8 - Alicante 8 - Castellón 3 	Valencia 8 actuaciones. 6 y 13 de Julio, 4, 18 y 27 de agosto, 2, 7 y 16 de septiembre. La Lonja, Mercado Central, Torres de Seranos y La Catedral. Se levantó acta que derivó en 1 expediente sancionador. Alicante 2 actuaciones. Conjunto Histórico- Artístico Castillo de Santa Bárbara (Alicante). Se identifica a dos guías turísticos debidamente habilitados y acreditados como tales. Y Conjunto Histórico Artístico del Castell de Guadalest. No se ha detectado actividad de guías turísticos no habilitados	52,63%
Programa de	Comprobar mediante	Este programa no se ha	0%

ACTUACIONES PLANES ESPECIALES	PREVISIONES PLAN 2021	EJECUCIÓN	%
intrusismo: Empresas de Turismo Activo	verificaciones in situ que las empresas o personas que estén realizando actividades, cumplen con la normativa autonómica. Decreto 2/2012, de 27 de enero, de turismo activo en la Comunitat Valenciana	ejecutado en 2021.	
Programa de información sobre el nuevo decreto de alojamiento turístico.	-Campaña de información a través de mailings destacando las novedades del citado decreto, dirigido a las asociaciones y empresas del sector del alojamiento turístico. -Webinar realizado por la Dirección General de Turismo dirigido al sector.	-Enviados los mailings el 17 de junio de 2021 -Realizada el 11 de junio de 2021	100%
Campaña de información precontractual de los contratos en viajes combinados	1. Diseño de una ficha o elaboración de tríptico informativo conjuntamente con los SSTT dirigido al sector. Posteriormente se decidió hacer un dptico y un tríptico para facilitar la información a las agencias de viajes, dividiendo la información precontractual de la siguiente manera:	1. Durante 2021 se ha elaborado el contrato mayor de suministro de material impreso de dpticos y trípticos y de las placas de los municipios declarados turísticos, CNMY21/TURIS/25, habiéndose adjudicado el Lote 1 del contrato a la Impremta Pagès S.L el 24 de noviembre de 2021.	100%

ACTUACIONES PLANES ESPECIALES	PREVISIONES PLAN 2021	EJECUCIÓN	%
	<p>- Tríptico con la información precontractual en los viajes combinados</p> <p>- Díptico con la información precontractual en los servicios vinculados.</p> <p>2. Continuidad de la comunicación a las asociaciones, agencias y usuarios asesorándoles sobre el régimen de cancelaciones motivado por el COVID-19, art. 36 del Real Decreto Ley 11/2020, de 31 de marzo, por el que se adoptan medidas urgentes.</p>	<p>Recepcionado el material gráfico que comprende 3.000 dípticos y 3000 trípticos con la información precontractual en los viajes combinados y servicios vinculados, se ha remitido el material a los Servicios Territoriales para su distribución a las agencias de viajes de la Comunitat Valenciana.</p> <p>2. En continua ejecución</p>	
Campaña información régimen de cancelaciones en viajes combinados.	Comunicación al sector y a los/as usuarios/as de las cancelaciones covid-19.	Se han atendido todas las consultas efectuadas a los servicios centrales y a los territoriales por los diferentes canales (email, plataforma, telefono, buzón...)	100%
Programa de Turismo Activo - Comprobación y vigencia del seguro de responsabilidad civil y accidentes.	<p>nº de verificaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valencia 11 - Alicante 70 - Castellón 17 	<p>nº de verificaciones realizadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valencia 11 - Alicante 41 - Castellón 17 	70,41%
Programa de	- Comprobación de la	Castellón 56 actuaciones	100%

ACTUACIONES PLANES ESPECIALES	PREVISIONES PLAN 2021	EJECUCIÓN	%
accesibilidad Empresas Turísticas	accesibilidad de los establecimientos hoteleros con alta en 2021.	Valencia 17 actuaciones - Alicante 7 actuaciones	
Programa de accesibilidad Empresas Turísticas	Comprobación de la accesibilidad de los establecimientos hoteleros con alta en 2021.	Castellón 56 actuaciones Valencia 17 actuaciones Alicante 7 actuaciones	100%
Curso tratamiento de datos registro, reclamaciones y sanciones	Curso de formación dirigido a los funcionarios de la Dirección General y de los Servicios Territoriales de Turismo, en el tratamiento de los datos de carácter personal que se recogen en el registro de Turismo de la Comunitat Valenciana, así como en las reclamaciones y sanciones.	Ejecución 3, 4 y 5 de marzo de 2021 Impartido por el delegado de protección de datos y funcionarios de la delegación de protección de datos de la Generalitat.	100%
Curso sobre viajes combinados y servicios vinculados (agencias de viajes).	Curso de formación dirigido a los funcionarios de la Dirección General de Turismo y SSTT con competencias en la materia, para la correcta ejecución de sus funciones e incrementar la profesionalidad. Telepresencial y de forma coordinada con el IVAP.	Realización de un curso de formación dirigido a los funcionarios de la Dirección General de Turismo para realizar de forma coordinada con el IVAP. Se ha realizado el curso 2211 de formación específica denominado "Normativa reguladora de viajes combinados y servicios vinculados y	100%

ACTUACIONES PLANES ESPECIALES	PREVISIONES PLAN 2021	EJECUCIÓN	%
		<p>resolución de competencias Turismo/Consumo en cuanto a reclamaciones y sanciones”, de forma telepresencial e impartido por el catedrático de Derecho Civil de la Universidad de Castilla La Mancha. 15, 16 y 17 de noviembre de 2021</p>	
<p>Formación al personal inspector en Turismo Activo.</p>	<p>Curso de formación dirigido a los funcionarios de Turismo con competencias en materia de turismo activo impartido por miembros de la Asociación Comunidad Valenciana Activa (CV ACTIVA). Su finalidad fue 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 que les permitan resolver las dudas técnicas o de actuación ante diferentes situaciones.</p>	<p>Impartido por el Gerente de CVACTIVA 23 de marzo de 2021</p>	<p>100%</p>

2.1.5. 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	2021
VALENCIA	7
CASTELLÓN	0
ALICANTE	0
TOTAL	7

Se encuentran pendientes de resolver los siguientes Recursos Contenciosos Administrativos en los Juzgados interpuestos por:

2-19-A	CAMPING ALICANTE IMPERIUM
--------	---------------------------

2.1.6. 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, 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. Asimismo y tras la puesta en marcha de la aplicación sancionadora en los Servicios Territoriales de Turismo y en la Dirección General en abril de 2019, se continúa llevando a cabo la coordinación desde este servicio con la DGTIC, para la resolución de las incidencias que se remiten al citado departamento, a través de mastín, consolidándose así la aplicación como herramienta para procedimientos administrativos sancionadores y las reclamaciones o denuncias, diligencias previas, de una manera más ágil. De igual modo, en 2021 se ha mejorado la explotación de los datos que conlleva a elaborar estadísticas y listados con amplios parámetros de elección, hojas de cálculo etc que se producen.

Por otra parte, se ha participado por correo electrónico grupal con el grupo de técnicos pertenecientes a diferentes consellerias que tienen implantada la aplicación sancionadora, al objeto de comentar o proponer mejoras en la misma de forma coordinada con responsables de la DGTIC, de esta aplicación corporativa.

En 2021, se han resuelto por la DGTIC la totalidad de las incidencias remitidas que comprenden también las altas y bajas de personal funcionario: 18

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 2021, se han realizado 42 declaraciones de fiestas de interés turístico, de las cuales, 8 son fiestas de Interés Turístico Autonómico, 11 son fiestas de Interés Turístico Provincial y 23 son fiestas de Interés Turístico Local.

Se desestimaron 4 solicitudes de fiestas por informe desfavorable, 3 de ámbito local y 1 provincial. Quedando pendientes de resolver 1 fiesta de Interés Turístico Autonómico y 1 fiesta de Interés Turístico Local.

FIESTAS DECLARADAS		ALICANTE	CASTELLÓN	VALENCIA	TOTAL
AUTONÓMICO	8	3	3	2	
PROVINCIAL	11	2	9	0	
LOCAL	23	6	11	6	42

FIESTAS DESESTIMADAS		ALICANTE	CASTELLÓN	VALENCIA	TOTAL
AUTONÓMICO	0	0	0	0	
PROVINCIAL	1	0	1	0	
LOCAL	3	0	2	1	4

2.2.1. Fiestas de Interés Turístico autonómico

1. “FIESTAS DE MOROS Y CRISTIANOS EN HONOR A LA MARE DE DÉU DE L’ASSUMPCIÓ” Elche, (Alicante)
2. “SEPTENARIO DE LA VIRGEN DE SANTERÓN” de Vallanca (Valencia).

3. “TRANSBETXÍ” de Betxí (Castellón)
4. “CARNAVAL DE TORREVIEJA”, Torrevieja (Alicante).
5. “FESTES DE MOROS I CRISTIANS D’ALBAIDA”, Albaida (Valencia).
6. “FESTES MAJORS D’ALTEA EN HONOR A SANT BLAI I CRIST DEL SAGRARI” de Altea (Alicante).
7. “FIRA AGRÍCOLA I RAMADERA DE NULES”, Nules (Castellón).
8. “FESTA DE SANT ANTONI DE BETXÍ”, Betxí (Castellón).

2.2.2. Fiestas de Interés Turístico provincial

1. “SANT XOTXIM” de La Vilavella (Castellón).
2. “SANT ROC” de La Vilavella (Castellón).
3. “FESTES DE SANT VICENT” de Nules (Castellón).
4. “FESTA DE LES BARRAQUETES” de Nules (Castellón).
5. “FESTES DE SANT XOTXIM” de Nules (Castellón).
6. “FESTES DE SANT JOAN” de Nules (Castellón).
7. “CAVALCADA DE REIS MAGS DE MUTXAMEL”, Mutxamel (Alicante).
8. “FESTA DE LES CAMARERES” de Nules (Castellón).
9. “FESTES DE SANT BARTOMEU” de Nules (Castellón).
10. “FESTA DE LA MARE DE DÉU DE LA SOLETAT” de Nules (Castellón).
11. “FESTIVIDAD DE LA VIRGEN DEL CARMEN” de El Campello (Alicante).
12. “FESTA DE SANT ROC SERRA” de Serra (Valencia).

2.2.3. Fiestas de Interés Turístico local

1. “FIESTAS DE AGOSTO DE BICORP”, Bicorp (Valencia).
2. “CABALGATA DE REYES” de Soneja (Castellón).
3. “FIESTA DE SAN ANTÓN” de Soneja (Castellón).
4. “FIESTAS PATRONALES EN HONOR A SAN MIGUEL ARCANGEL Y EL CRISTO DE LA SANGRE” de Soneja (Castellón).
5. “FALLA DE SONEJA” de Soneja (Castellón).

6. “FIESTA DE SAN MATÍAS” de Soneja (Castellón).
7. “SEMANA TAURINA” de Soneja (Castellón).
8. “FESTA DE ANT ANTONI D’ATZENETA”, Atzeneta d’Albaida (Valencia).
9. “FESTES PATRONALS AL SALVADOR, L’AURORA I SANT ROC” de Alfafara (Alicante).
10. “FIESTA DE LA CORRIOLA DE COCENTAINA”, Cocentaina (Alicante).
11. “SEMANA SANTA DE COX”, Cox (Alicante).
12. “FESTA DEL MIRACLE DE SANT BLAI” de Montaverner (Valencia).
13. “FESTES PATRONALSS EN HONOR A LA MARE DE DÉU DE LA MERCÉ, SANT PERE NOLASC I SANT RAMON NONAT” de Algar de Palancia (Valencia).
14. “FIESTA LOCAL EN HONOR A LA PATRONA SANTA ANA DE CAMPELL” de La Vall de Laguar (Alicante).
15. “FIESTA LOCAL EN HONOR A LOS PATRONOS SANTOS COSME Y DAMIÁN DE BENIMAURELL” de La Vall de Laguar (Alicante).
16. “FIESTA LOCAL EN HONOR A LOS PATRONOS SANTA TERESA Y SAN PASCUAL DE FLEIX” de La Vall de Laguar (Alicante).
17. “FESTES PATRONALS DE LA FONT D’EN CARRÒS”, La Font d’en Carròs (Castellón).
18. “FIESTAS PATRONALES DEL CRISTO DE LA MISERICORDIA Y LA CUEVA SANTA” de Castellново (Castellón).
19. “FIESTA EN HONOR A SAN ANTONIO” de Castellново (Castellón).
20. “FIESTAS DE LA SANTA CRUZ” de Castellново (Castellón).
21. “FIESTAS EN HONOR A LA VIRGEN DEL ROSARIO O DE LAS MOZAS” de Castellново (Castellón).
22. “FIESTA DE MOROS Y CRISTIANOS DE GAIBIEL”, Gaibiel (Castellón).
23. “FIESTAS EN HONOR A LA CANDELARIA, SAN BLAS Y EL SANTÍSSIMO CRISTO DEL REFUGIO” de Chella (Valencia).

2.2.4. Itinerario de Interés Turístico

1. “ITINERARIO RUTA SANTERÓN” de Vallanca (Valencia).

2.2.5. Fiestas de Interés Turístico Nacional e Internacional

La [Orden ICT/851/2019](#), de 25 de julio regula la declaración de fiestas de interés turístico nacional e internacional. En virtud de la citada norma, las Comunidades Autónomas realizan el informe preceptivo cuya declaración compete a la Secretaría de Estado de Turismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. En 2021 la Dirección General de Turismo de la Presidència de la Generalitat ha emitido 2 informes favorables de fiesta de Interés Turístico de carácter Nacional.

FIESTAS DEL ESTADO	ALICANTE	CASTELLÓN	VALENCIA
INTERNACIONAL	0	0	0
NACIONAL	2	0	0

Resolución de 11 de noviembre de 2021, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se concede el título de Fiesta de Interés Turístico Nacional a la fiesta “NIT DE L’ALBÀ DE ELCHE”, Elche (Alicante). y la “SEMANA SANTA” de Alicante (Alicante).

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. Durante 2021 se recibieron 17 solicitudes de las cuales se han concedido 8 y denegado 4, quedando pendientes 5 solicitudes por resolver en 2022.

MUNICIPIO TURÍSTICO	ALICANTE	CASTELLÓN	VALENCIA
CONCEDIDO	3	2	3
DENEGADO	0	2	2

- RESOLUCIÓN de 27 de enero de 2021, 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 Valencia. (DOGV 1/2/2021)

-RESOLUCIÓN de 16 de marzo de 2021, 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 Gandia. (DOGV 23/03/2021)

-RESOLUCIÓN de 26 de abril de 2021, 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 Benicàssim. (DOGV 3/5/2021)

-RESOLUCIÓN de 12 de mayo de 2021, 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 Cullera. (DOGV 12/5/2021)

-RESOLUCIÓN de 15 de julio de 2021, 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 El Campello. (DOGV 23/7/21)

-RESOLUCIÓN de 4 de octubre de 2021, 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 Peñíscola. (DOGV 8/10/2021)

-RESOLUCIÓN de 22 de diciembre de 2021, 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 Calp. (DOGV 30/12/2021)

-RESOLUCIÓN de 29 de diciembre de 2021, 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 Dénia. (DOGV 11/01/22)

Asimismo, a finales de 2021, se ha aprobado el DECRETO 203/2021, de 17 de diciembre, del Consell, de modificación del Decreto 5/2020, de 10 de enero, del Consell, de regulación del estatuto del municipio turístico de la Comunitat Valenciana (DOGV núm. 9245, de 29 de diciembre de 2021).

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. Estos planes persiguen el objetivo de 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. Estos planes se instrumentan a través de la formalización de convenios entre Turisme Comunitat Valenciana y otras administraciones públicas y entes privados (Diputaciones Provinciales, mancomunidades y asociaciones turísticas), con el objeto de fomentar la innovación, modernización y consolidación de los productos turísticos valencianos. El coste de los mismos se financia a partes iguales por las partes firmantes: Turisme Comunitat Valenciana, diputaciones provinciales y mancomunidades o asociaciones intervinientes.

En el ejercicio 2021 se presupuestaron los siguientes **19 PLANES DE DINAMIZACIÓN Y GOBERNANZA TURÍSTICA:**

PROVINCIA DE ALICANTE

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

PROVINCIA DE CASTELLÓN

- Asociación Intermunicipal Alt 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.

PROVINCIA DE 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

Tras la correspondiente tramitación administrativa, se formalizaron todos los convenios salvo el correspondiente a el Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca por renuncia del beneficiario. A continuación, se resumen para cada uno de los convenios firmados, las actuaciones más relevantes contenidas en los mismos:

PROVINCIA DE ALICANTE

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

En 2021 se llevó a cabo la 2ª anualidad con el desarrollo de imagen gráfica de la Marca Territorio para la Vega Baja: se amplían los registros de esta y del manual de aplicación a sectores productivos, se elabora la página web, se desarrollan las estrategias de lanzamiento y de comunicación y promoción, se redacta el plan de marketing y se amplía el catálogo de productos promocionales.

En cuanto a la creación de nuevos productos turísticos, se realiza un estudio sobre la viabilidad de senderos y rutas temáticas comarcales y se diseñan, planifican y señalizan los viables.

Por lo que respecta a las herramientas de comunicación, se llevan a cabo acciones de promoción de los PR-CV 441, PR-CV 442 y PR-CV 447 y se elabora un banco de imágenes y videos promocionales y material promocional.

Por último, se desarrollan acciones formativas en materia de sensibilización turística y marca territorio.

ASOCIACIÓN INTERMUNICIPAL VALL DE POP

En 2021, última anualidad el plan, se han realizado 3 actuaciones:

Iglesia-fortaleza de San Miguel Arcángel de Murla: Con el fin de poner en valor el edificio, se ha intervenido en la fachada principal de la Iglesia-fortaleza mediante la adecuación de muros y huecos existentes y la remodelación del pórtico de la entrada principal (jambas y dinteles), y se ha instalado la iluminación exterior del monumento, todo ello con el objetivo de conseguir una homogeneidad arquitectónica del edificio recuperando su estado original.

Por otro lado, se ha llevado a cabo la adecuación y señalización de los siguientes senderos en Alcalalí: PR-CV425, ruta histórica y ruta accesible de Mosquera, y se han retirado todas las señales obsoletas de las antiguas rutas de BTT que han sido sustituidas por las rutas de BTT homologadas.

De igual modo, y dentro del proyecto 'Llíber, patrimonio vivo a escena', se han creado y grabado 10 escenas teatralizadas de la historia de Llíber y del Valle de Pop, editadas y subtituladas en V.O. en castellano y en inglés; se ha adquirido el material tecnológico y las estructuras necesarias para las proyecciones y se ha creado un videomapping de realidad aumentada basado en la historia de Llíber y Vall de Pop.

PROVINCIA DE CASTELLÓN

ASOCIACIÓN INTERMUNICIPAL ALT MAESTRAT

Como consecuencia de la incorporación a la asociación del municipio de Albocàsser y la situación sanitaria originada por la pandemia de COVID-19, en 2021 se ha llevado a cabo la actualización del Plan Estratégico de Turismo: se ha realizado un diagnóstico integral de la situación del destino, redactado un nuevo PET, se ha realizado una auditoría para mejorar las estrategias del marketing on-line y del portal web www.altmaestrat.es y se ha realizado un Social Media Plan. En este ejercicio se ha continuado con el desarrollo del turismo gastronómico, deportivo y de naturaleza, desarrollando estrategias en redes sociales, web y campañas de publicidad en radio y prensa.

Con el objetivo de dotar a los recursos culturales y naturales del territorio de una señalización correcta se han instalado nuevas señales y sustituido las obsoletas, erróneas o estropeadas.

Finalmente, se ha instalado un escaparate interactivo Open Web 24H en Albocàsser y adquirido un equipamiento para eventos de gastro-turismo.

MANCOMUNIDAD INTERMUNICIPAL DEL ALTO PALANCIA

Como consecuencia de la incorporación de los municipios de Gaibiel, Barracas, Matet, Sacañet, Villanueva de Viver, Vall de Almonacid, Higueras, Pavías y Algimia de Almonacid a la mancomunidad.

En 2021 se han realizado las actuaciones necesarias para equiparlos a los demás municipios. Se ha elaborado un programa integral de sensibilización turística y divulgación del PDGT de la mancomunidad, así como folletos, fotografías y videos de cada uno de los destinos de nueva incorporación, se ha ampliado la página web y se han desarrollado acciones de información y formación del club de producto turístico. Finalmente, se ha diseñado un plan de rutas de pequeño recorrido para los municipios de nueva incorporación que interconectan con las creadas en años anteriores en el resto de municipios.

MANCOMUNITAT COMARCAL ELS PORTS

En 2021, y en aras de hacer frente a los impactos derivados de la crisis sanitaria por la Covid-19, se ha articulado un nuevo Plan Estratégico de Turismo para responder al cambio de panorama turístico y a las nuevas necesidades de la demanda turística.

Se ha incentivado y apoyado al tejido empresarial local en programas y acciones promocionales y comerciales liderados por Turisme Comunitat Valenciana y el Patronato Provincial de Turismo de Castellón (L'Exquisit Mediterrani, Creaturisme, Experiencias CV y Castelló Ruta de Sabor). Se han desarrollado acciones de co-marketing para mejorar la comercialización de productos turísticos a través de canales de intermediación. Por último, se han instalado nuevos elementos de señalización para finalización del GR-331 Camí de Conquesta, adquirido corners informativos y de exposición de productos para la promoción de la artesanía y los productos gastronómicos locales, organizado el II Concurso de Fotografía "Els Ports és Autèncic" y adquirido el equipamiento necesario para la organización de eventos deportivos y culturales.

MANCOMUNIDAD ESPADÁN-MIJARES

Para proseguir con la estrategia de desarrollo de producto de turismo activo-deportivo ligado al medio natural, en 2021 se ha creado un circuito arbóreo multiaventura en el municipio de Ribesalbes, compuesto por diferentes tipos de puentes colgantes que incorporan retos y juegos variados con varios niveles de dificultad en el recorrido. En esta línea, y para equilibrar territorialmente la oferta de escalada que ofrece el destino Espadán-Mijares, se ha realizado una nueva vía ferrata en la zona sur, concretamente en el municipio de Ayódar y, finalmente, se han creado dos senderos en los municipios de Villamalur y Aín, adaptados a la demanda familiar: estos senderos presentan buenos accesos, son de tipo circular, de dificultad media-baja y corta duración.

Para complementar estas actuaciones se han desarrollado campañas de promoción, comunicación y márketing.

ASOCIACIÓN INTERMUNICIPAL DE MUNICIPIOS DE PENYAGOLOSA

Las principales actuaciones que se han realizado durante 2021 han sido las siguientes:

Diseño de 21 rutas cicloturísticas y peatonales con sus consiguientes códigos, denominaciones, municipios, tipo de ruta, distancia y desnivel. Además, se han realizado las correspondientes fichas donde se especifica para cada una de ellas la denominación, el número de referencia del trak, la distancia, dificultad, tipo de firmes, temática, desnivel, tipo, época recomendada, descripción de la ruta, perfil topográfico, punto de salida, punto de llegada, núcleos urbanos

integrados, servicios y acciones vinculadas. El documento contiene también el manual de señalización, así como los traks en GPX y KMZ.

Adquisición de 8 pantallas táctiles de información turística (una por municipio) que ofrecen un servicio de información global en destino.

Desarrollo de un plan de sensibilización para resaltar la importancia que puede suponer el desarrollo de la actividad turística para los municipios de la asociación y sus empresarios, un plan de comunicación para posicionar el destino en torno a sus principales productos, creando y desarrollando la imagen de la campaña, que podrá ser empleada para identificar el destino en años sucesivos y se ha creado un club de producto turístico.

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

En 2021 se ha centrado principalmente en la puesta en valor del patrimonio bélico, la articulación de la red birdwatching y un plan de optimización del caravaning.

En relación con el patrimonio bélico se ha llevado a cabo una catalogación completa y detallada del patrimonio existente y la limpieza y señalización básica de los elementos más inaccesibles, así como la adecuación y/o consolidación de los elementos con mayor potencial turístico.

Red birdwatching: se han añadido cuatro puntos interpretativos a la red (La Vall d'Uixó, Artana, Nules y Xilxes) y se han creado dos itinerarios auto-guiados de iniciación a la actividad de observación de aves con soportes de apoyo para la realización de visitas (códigos QR).

Caravaning: se han habilitado espacios para el estacionamiento de las caravanas.

Por otro lado, se ha desarrollado una estrategia de branding para definir la identidad visual de la marca y se han desarrollado campañas de sensibilización turística y dinamización del club de producto. Se ha creado una web más atractiva, con mayor contenido informativo, disponible en castellano, valenciano, inglés y francés, que incluye un mapa interactivo del territorio de Castelló Sud, y se ha desarrollado un plan de medios y de social media.

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

En 2021 se pretende consolidar y posicionar el destino como parte del Slow Tourism de la Comunidad Valenciana. Se ha elaborado un proyecto de itinerarios verdes que comunican toda la Plana de l'Arc y creado un museo de arte contemporáneo en vivo: se trata de convertir la vía Augusta y los siete pueblos que integran la asociación en un museo en vivo del turismo rural combinado con el arte contemporáneo; para ello se han realizado 7 arcos, uno para cada pueblo, de material reciclado.

Se ha desarrollado el club de producto, un plan de sensibilización, la política de imagen común

del territorio para poner en práctica el manual de rotulación que se creó en el primer año del plan de actuaciones y se ha llevado a cabo un plan de promoción online y off-line. Finalmente, se ha ampliado la página web con nuevas secciones, y su traducción a inglés y valenciano, y se han adquirido pantallas táctiles de información turística.

ASSOCIACIÓ DE PROMOCIÓ TURÍSTICA TERRES DEL MAESTRAT, ÀNIMA INTERIOR

En 2021 se ha llevado a cabo el estudio técnico y la posterior ejecución de un proyecto de interconexión de senderos existentes junto a nuevos tramos para crear una ruta senderista circular que conecte todos los municipios del destino. Se ha desarrollado una red de itinerarios culturales interpretativos (un itinerario conjunto y un itinerario por municipio). En materia de sensibilización turística se realizaron jornadas de sensibilización y patrocinio de eventos deportivos.

Asimismo, la creación de el manual de identidad corporativa y de estilo y se llevó a cabo una campaña de comunicación y posicionamiento en línea y offline.

Por último, se diseñó un catálogo genérico de Maestrat alma interior y flyers promocionales, un catálogo de producto gastronómico y se ha ampliado el banco de imágenes con fotografías en cámara fija y videos realizados con dron y se ha optimizado la página web.

PROVINCIA DE VALENCIA:

SAGUNTO- CAMP DE MORVEDRE

En 2021 se ha realizado el diseño y señalización de los recursos turísticos del Camp de Morvedre con paneles informativos y vallas de bienvenida en los 16 municipios que conforman la zona.

Se creó la “Ruta de Lugares Desaparecidos” para lo que se ha llevado a cabo un trabajo de documentación y búsqueda fotográfica, diseño, fabricación e instalación de los paneles en las inmediaciones de los monumentos que conforman la ruta, con el fin de que el visitante pueda observar, desde el mismo panel, la diferencia entre el estado actual y el que tuvo anteriormente. Se ha desarrollado una Gymkana virtual, en base a una guía digital y gamificada de la comarca en la que se combinan tres elementos: web/app, códigos QR y geolocalización, estructurándose a través de 3 juegos, correspondientes a tres rutas relevantes en el Camp de Morvedre, vinculando cada municipio a una de las tres rutas. Se ha llevado a cabo el proyecto “Camp de Morvedre Gastronómico”, cuyo objetivo es la puesta en valor de la gastronomía de la zona, mediante la estructuración y ordenación de su oferta y patrimonio gastronómico y la difusión de esta oferta mediante la realización de unas jornadas gastronómicas; en esta línea, se ha diseñado también una Guía Gastronómica con recetas típicas de la zona de Camp de Morvedre, así como el estudio

técnico para la señalización de la última etapa del recorrido de la Vía Verde de Ojos Negros, que llega hasta Puerto de Sagunto, enlazando con el proyecto que tiene previsto la Conselleria de Territorio implementar en otro tramo de este mismo sendero y la creación del Club de Producto del Camp de Morvedre, su marca y el diseño del catálogo de productos turísticos de la zona. Finalmente, se han realizado Fam y Press Trip para dar a conocer la marca turística y el territorio del Camp de Morvedre y promocionar sus principales recursos turísticos.

MANCOMUNIDAD CAMP DE TURIA

Al tratarse de la 1ª anualidad, la mayoría de las actuaciones de 2021 se han dirigido a la puesta en marcha del PDGT:

Se ha realizado un diagnóstico de territorio y creado y diseñado una estrategia de productos turísticos a través del análisis de los recursos existentes en los diecisiete municipios de la comarca. Se ha creado la marca turística, con un diseño gráfico que refleja la identidad del destino para lograr una diferenciación en el mercado y se ha realizado un banco de imágenes fotográfico.

Se ha desarrollado una campaña de sensibilización turística y definido un plan de acción a medida según el público objetivo al que se dirige. Se han realizado sesiones informativas y una jornada pública donde se ha presentado el plan y se ha debatido sobre modelos de gestión, contando con experiencias de otros destinos donde ya se han llevado a cabo planes de naturaleza similar al mismo.

MANCOMUNIDAD DE LA CANAL DE NAVARRÉS

En 2021, tercera anualidad del plan, este ha basado su estrategia en un territorio multicultural, la gran riqueza patrimonial, un modelo turístico de interior complementario al de sol y playa y el entorno natural del Macizo del Caroig. El destino se plantea como meta el desarrollo de un Turismo estructurado sostenible e inteligente. De igual modo, la ejecución de un plan de señalización con la instalación de señalización vehicular en los municipios de la comarca para dar una imagen del destino conjunto que proporciona información sobre los principales recursos turísticos y la instalación de señalización con la imagen del destino “La Canal Territorio Turístico”, marca creada el año anterior y se han llevado acciones de dinamización del club de producto, con la adhesión de empresas con especial vinculación al turismo. La colaboración público-privada permite la consolidación de la marca La Canal Territorio Turístico mediante el compartimiento de sinergias hacia una mejora de la oferta turística. Se ha llevado a cabo la adecuación y equipamiento de las rutas de senderismo mediante la redacción de un Plan de Senderismo y la instalación en las ruras de vallado en madera, postes verticales, balizas standard con placa dibond

impresa para exterior y señalización y marcas de pintura en el terreno; se han realizado trabajos de desbroce y poda de arbolado y se ha ejecutado el diseño y cartografía del terreno, así como una campaña de comunicación integral online, una campaña de puesta en valor de los productos turísticos “arte rupestre” y “observación de aves” y se ha adaptado la web para la inclusión del contenido en varios idiomas.

Dentro del plan smart destination se ha instalado un sistema fotovoltaico de generación de electricidad en parajes naturales y se han instalado sensores inteligentes en los contenedores para controlar el estado de llenado de los mismos. Finalmente, se ha realizado un tour virtual posibilitando recorrer diferentes espacios de la mancomunidad. La simulación de ese entorno se basa en la interconexión de una serie de imágenes omniorámicas o panorámicas de 360 y 180º, denominadas equirectangulares, que permiten una visualización completa de lo que rodea el punto de visión, o de su representación sintética, a través de imagen generada por computadora, conformando así un espacio real, generado y manipulado mediante un software específico.

MANCOMUNIDAD CARRAIXET

En 2021, tercera anualidad del plan, se ha impulsado a Turismo Carraixet como uno de los destinos referentes en estrategia de desarrollo turístico. En este año, fundamentalmente han consolidado los dos productos turísticos principales: turismo gastronómico y Miradores de l'Horta apoyando a la diversificación de la oferta turística de la ciudad de València y de la Comunidad Valenciana con productos diferenciadores basados en la huerta mejorando el posicionamiento del producto gastronómico como producto turístico principal de Turismo Carraixet, así como la dinamización consolidación del Club de Producto Tastem l'Horta como el órgano dinamizador del producto gastronómico.

Se ha consolidado Miradores de l'Horta como un festival de diseño de referencia nacional.

Se ha implantado un sistema de señalización e información turística inteligente al destino.

Se han mejorado las herramientas de comunicación digitales.

Se han editado y publicado materiales promocionales por productos y por segmentos.

Se han realizado campañas de promoción que posicionan el destino como un referente de turismo slow, de proximidad, sostenible, de alimentación saludable y un must al aire libre entre los visitantes y turistas.

MANCOMUNITAT DE MUNICIPIS LA COSTERA-CANAL

En 2021 se ha realizado un diagnóstico integral para la implantación de la mancomunidad como destino turístico inteligente (DTI) y se ha elaborado el Plan director DTI.

Se ha creado el Club de Producto Gastronomico y Agroalimentario y una Guía Cicloturista de TURISMO LA COSTA como herramienta innovadora que vincula los diferentes recursos turísticos, así como apostar por nuevos itinerarios en la red comarcal de senderismo y diseñado rutas turísticas comarcales: ruta de los roders. de la costa con los ojos de las mujeres, de las ermitas, del patrimoni industrial, de la taulelleria, del buen comer, del patrimonio festivo, de las danzas y la música tradiconal y de la pelota valenciana.

Red de Espacios Expositivos de la Mancomunidad La Costa-Canal: se ha creado la imagen de marca conjunta y su manual de identidad corporativa, se han adquirido pantallas informativas interactivas y se ha realizado un espacio web de la Red de Museos y Espacios Expositivos de Turismo la Costa, incorporándose nuevos contenidos a la web y a la App de TURISME LA COSTERA, realizado actuaciones de comunicación en genera y de promoción, editado, diseñado e impreso material divulgativo y promocional de patrimonio gastronómico y agroalimentario, turismo natural y activo y turismo de acontecimientos festivos y de ocio. Finalmente se ha elaborado un banco de imágenes audiovisuales con 3 videos experienciales de 2/3 minutos referidos a Turismo Activo/Naturaleza, Turismo Cultural y Turismo Gastronómico/Agroalimentario y 18 videos de 1/2 minutos de visión general de los recursos turísticos de cada uno de los municipios que componen TURISMO LA COSTA.

MANCOMUNIDAD HOYA DE BUÑOL-CHIVA

Dentro de la actuación “Creación, adecuación, mejora y difusión de la red de senderos y rutas”. En 2021 se han señalado las denominadas “Rutas temáticas huellas del pasado” en los municipios de Buñol, Chiva, Dos Aguas, Macastre, Siete Aguas y Yátova; se ha creado una red de cicloturismo, redactando el proyecto técnico y señalizando las rutas y, finalmente, respecto a las “Rutas integrales senderistas”, se ha realizado el proyecto que ha definido el recorrido que une todos los municipios de la mancomunidad especificando las labores a realizar en cuanto a instalación de la señalización y balizas. Se ha diseñado y puesto en marcha un mirador turístico virtual que está alojado en la página web turística de la mancomunidad. Se ha creado la marca turística teniendo en cuenta las tres unidades geográficas de la mancomunidad, el relieve montañoso y los principales productos turísticos (naturaleza, cultura y gastronomía). Se ha elaborado un banco de imágenes fotográficas, 6 vídeos promocionales y se ha creado el portal web turístico (www.portalturismo.mclahoya.es); también se ha elaborado material divulgativo y promocional y una guía gastronómica con información sobre los productos agroalimentarios más importantes e información de cada municipio. Finalmente, se ha organizado un concurso de fotografía, se ha celebrado un showroom de productos de la mancomunidad y se ha adquirido un

stand móvil, un roll up y expositores para los puntos de información de las Tourist Info locales.

MANCOMUNITAT DE MUNICIPIS DE LA SAFOR

En 2021, 3ª anualidad del plan, se han realizado los trabajos necesarios para la implantación de sistemas de gestión de calidad y de adaptación a un destino de turismo inteligente (Plan director DTI): se ha realizado el análisis y diagnóstico de la señalización turística existente, elaborado el Plan Integral de Señalización Inteligente, el manual de señalización, que incluye las tipologías de señalización direccionales, interpretativas e informativas, se ha elaborado el plan de beacons y geobalizas y el plano de señalización inteligente y se ha procedido a suministrar el sistema de planificación y gestión de esta señalización.

Este sistema se utilizará tanto para dar información y servicios al visitante, mediante una aplicación que el turista puede descargar en su teléfono móvil, como para la gestión interna del destino. Por otra parte, se ha desarrollado un Plan de marketing turístico con la creación de contenidos y recursos turísticos: se han creado textos, en cinco idiomas, con los contenidos de cinco rutas (las almenas del islam, los templos de poder divino y terrenal, la ruta del conocimiento, naturaleza a tu alcance y pequeñas joyas de la Safor) y editado 5 videos de introducción a estas rutas.

Elaboración de una guía de patrimonio cultural, una de turismo activo, una de patrimonio natural y una de eventos gastronómicos, así como la elaboración y desarrollo de un plan de formación del sector turístico, articulado de la mano del sector empresarial turístico de la mancomunidad y se ha desarrollado un plan de comunicación y promoción de la Safor como destino DTI.

MANCOMUNIDAD DEL INTERIOR TIERRA DEL VINO

En la 3ª anualidad (2021) las actuaciones realizadas han sido las siguientes:

Implementación del sistema de inteligencia turística de Tierra Bobal: se ha realizado el diseño de los formatos-plantilla para desarrollar los informes trimestrales y anuales de la actividad turística, la impresión de adhesivos con códigos QR que faciliten la realización de las encuestas de satisfacción por parte de los visitantes, el alta en la plataforma survey monkey, desde la que se realizarán todas las encuestas y el asesoramiento en el uso de tablets para la toma de información en aquellos puntos en los que se instalaron en 2020. Este camino se ha continuado durante 2021 cuando se han instalado monolitos de información comarcal en diferentes puntos de interés turístico del destino y en diferentes miradores. Estos elementos de señalización están sensorizados con códigos QR. En concreto, se han instalado mesas mirador, mesas de interpretación de yacimientos arqueológicos, monolitos de información turística y señales

direccionales.

Se han creado nuevas funcionalidades para la web tierrabobal.es, creado 10 mapas digitales temáticos para mejorar la experiencia de usuario digital y presencial (a través de QR) e instalado 2 monopostes en autovía A3 que sirven para promocionar el destino y señalar su ubicación

Se han realizado los trámites necesarios para obtener la certificación Starlight en diferentes parajes del destino Tierra Bobal como paso previo al desarrollo del producto turístico “Observación de estrellas”.

Se ha desarrollado el Programa de Orientación y Sensibilización Turística (POST) dirigido a los establecimientos turísticos, se han realizado acciones dirigidas al visitante-turista: campaña “Lo que siempre has buscado está más cerca de lo que imaginas”, lanzamiento online y offline de Tierra Bobal, acciones dirigidas a los medios especializados e intermediarios turísticos y elaborados materiales promocionales y merchandising.



COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

3.1. ACCETUR: ITINERARIOS DE EMPRENDIMIENTO Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Turisme Comunitat Valenciana impulsó y coordinó en 2021 una nueva edición del programa Accetur 'online' adaptada al nuevo turismo tras la COVID-19. Algunos programas han cambiado 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 contexto actual.

Accetur ofrece formación, asesoramiento y asistencia personalizada a trabajadores autónomos y empresas, en colaboración con las cámaras de Comercio de Alicante, Castellón y València.

Por ello, desde Turisme CV se han adecuado 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 ha ofrecido en 2021 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 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 2021 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.

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

Jornadas y talleres de emprendimiento y competitividad turística 2021	
Nº Ediciones CURSOS	4
Sedes (Castellón, València, Alicante)	3
Nº participantes (emprendedores, profesionales y empresas)	15
	0

Programas de desarrollo de proyectos emprendedores, tutorías, planes de empresa y diagnósticos de competitividad 2021	
Nº de proyectos apoyados	30
Nº Ediciones CURSOS	3
Nº Alumnos	45
Nº de horas de capacitación individual impartidas	47

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

Desde la Sede Central de Turisme CV y a través de canales web y redes sociales, ofreciendo a los usuarios atención on-line, telefónica y a través del mail 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.

Jornadas de Información y orientación a emprendedores y empresas.

Se han realizado las 3 jornadas, previstas en el convenio, en las que se presentó, por parte de los técnicos de Cámara y de Turisme, el programa de Competitividad Turística, cofinanciado con Fondos FEDER y Turisme Comunitat Valenciana. Estas jornadas contaron con un experto en innovación turística, el Profesor Domènec Biosca.

JORNADA 1- CÁMARA DE ALICANTE – El nuevo liderazgo después del impacto del COVID 19: 6 pautas que te diferenciarán:

- 26 mayo 2021
- Enlace de la sesión: <https://www.camaralicante.com/webinars/historico/webinar-nuevo-liderazgo-despues-del-impacto-del-covid-19/>

JORNADA 2- CÁMARA DE CASTELLÓN- Cómo Debemos Tentar al Cliente para Vender Más:

- 13 mayo 2021
- Enlace de la sesión: Enlace de la sesión: https://www.youtube.com/watch?v=Fcy_gz-ACoo&list=PLzxMiumFsUih3i9fSjYjeBH_Ei8Otbse4&index=2

JORNADA 3- CÁMARA DE VALENCIA –El nuevo liderazgo después del impacto del COVID 19: 6 pautas que te diferenciarán:

- 12 mayo 2021
- Enlace de la sesión:

<https://attendee.gotowebinar.com/recording/8265527399685632526>



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 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. Esta anualidad han accedido a este programa 67 autónomos, autónomas y pymes turísticas: 18 en la provincia de Alicante, 8 en Castellón y 41 en València. Asimismo, y en relación a los diagnósticos individualizados y planes de mejora a empresas, se han abordado aspectos clave de competitividad empresarial turística.

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

de Comercio:

- 4ª edición de Avanza Pyme en colaboración con el Consejo de Cámaras CV dentro del programa de Cámara España. 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.
- 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. El objetivo es 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

3.1.3. Crea Pyme. Creación de modelo de negocio

Las Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana y Turisme Comunitat Valenciana han desarrollado conjuntamente para empresas y emprendedores del sector turístico un curso-taller con el objetivo de que les sirva de soporte para constituir, reactivar y reorientar su negocio adaptándose a los cambios y nuevos retos en todos los ámbitos de la estrategia y gestión de la empresa. Este programa ha pretendido ayudar a las empresas y emprendedores a obtener los conocimientos clave para implementar 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 es identificar la situación actual de las diferentes áreas del

negocio e incorporar un plan de viabilidad que los lleve al desarrollo de un nuevo modelo empresarial que ponga el foco en aquellas áreas que generen mayor liquidez dejando a un lado las menos rentables. Está dirigido a emprendedores y emprendedoras que cuenten con un proyecto de negocio turístico definido para la constitución de una empresa, o empresas que deseen abrir nuevas líneas de negocio orientadas al turismo. Asimismo, 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, en concreto:

a. Una actualización adaptada a la realidad de los tiempos que vivimos, pero que, a la vez, se pueda mantener en el tiempo, porque todo lo que se contempla en este programa lo vale tanto en situaciones de crisis aguda (como la que vivimos ahora) como en momento de “no-crisis”, ya que la tensión competitiva es una circunstancia que debe prevalecer siempre en el mundo empresarial.

b. La incorporación de las más modernas y efectivas herramientas de análisis y gestión, respetando las que ya existían.

c. Desarrollar valores empresariales para un mercado turístico sostenible, inclusivo y responsable.

En este curso-taller tienen cabida personas o empresas que hayan participado en itinerarios de emprendimiento turístico de Accetur o Invat-tur Emprende, en los programas de formación de la Red de CdT o en cualquier otra formación previa de emprendimiento, así como emprendedores/as interesados en iniciar un proyecto de negocio turístico definido para la constitución de una empresa que desee abrir nuevas líneas de negocio orientadas al turismo. Cada acción formativa se ha desarrollado a través de dos fases que se han realizado en paralelo facilitando el proceso de aprendizaje-implementación individualizada, con el objetivo de que el plan de reactivación incida en desarrollar la capacidad para tomar decisiones estratégicas y operativas en la empresa, entender de forma global las particularidades de sus distintas áreas funcionales, reforzar las habilidades para la reflexión y el trabajo individual y grupal y fomentar el intercambio de conocimiento y experiencias. En línea con lo anterior, se han proporcionado las herramientas necesarias para diseñar y articular, actuaciones innovadoras, que aumenten la eficacia, la aplicabilidad, las habilidades y la transferencia de conocimientos a la gestión de las empresas, a través de mecanismos flexibles que favorezcan y faciliten el acceso a estos programas de las pymes.

El Plan de Reactivación Turística (REACTUR) se ha desarrollado a través de dos fases:

1. Sesiones de formación grupal (4 horas por Modulo)

En estas sesiones conjuntas se imparten los contenidos generales del programa, con el fin de proporcionar los conocimientos, herramientas y habilidades esenciales en cada una de las áreas de conocimiento y promover las sinergias e intercambios de experiencia entre los participantes.

2. Acciones de acompañamiento y seguimiento individualizadas (1,5 horas por participante y Modulo). Con el objetivo de ofrecer mayor flexibilidad y adaptación se desarrollan actuaciones de seguimiento individualizado en las cuales se revisará el trabajo realizado por cada uno de los participantes en el proceso de aplicación e implementación de los contenidos generales abordados a las sesiones conjuntas de formación y ha constado de 6 módulos:

Módulo 1. Análisis y establecimiento de los posibles escenarios de mercado tras la reanudación de la actividad turística. Análisis estratégico post COVID 19 para las actividades clave del sector.

- Revisión profunda de nuestro modelo de negocio y reflexión de posibles ajustes a la nueva situación, teniendo en cuenta los escenarios de mercado planteados.
- Herramientas del Plan de Reestructuración para definir el desarrollo e implementación.
- Análisis de viabilidad, oportunidades y nuevas tendencias del mercado

Módulo 2. Análisis de la situación económico- financiera de la empresa. Necesidades de financiación.

- Diagnóstico de la situación actual, evaluación de los daños provocados por el escenario COVID-19, situación patrimonial y resultados actuales.
- Proyecciones económicas y financieras
- El umbral de rentabilidad en la situación actual, adecuación de los gastos a la recuperación de la cifra de ingresos por ventas.
- El presupuesto de tesorería y sus proyecciones en el escenario actual
- Análisis del Pool Bancario y del nivel de endeudamiento
- Cálculo de necesidades financieras.
- Plan financiero y desarrollo de las operaciones de financiación a realizar.
- Nuevos productos financieros específicos para esta situación (ICOS, avales del Estado, avales de la SGR, etc.).

Módulo 3. Innovación, Transformación Digital y Gestión de la Comunicación, motores de

desarrollo de negocio:

- Entendimiento de cómo será percibida en un futuro la necesidad que hoy satisfacemos.
- Desarrollo de la Innovación 360º: nuevos productos/servicios, nuevos canales de venta y diferentes públicos objetivo.
- Como reorientar todo el plan de marketing hacia los segmentos de cliente, acciones, herramientas, soportes.
- Incorporar todas las utilidades y oportunidades, escalables para nuestro negocio, que ofrece la transformación digital en todos los ámbitos de la empresa, no solo en el de marketing (automatización y simplificación de procesos, big data, robótica etc.)
- Comunicación Interna y Externa.
- Plan de comunicación: fases y protocolos.
- Comunicar en tiempos de crisis; orientación, gestión óptima de recursos y acciones
- Gestión de RRSS y entorno digital en el nuevo mercado.

Módulo 4. Protocolos Sanitarios. Desarrollo Sostenible y Responsabilidad Social Corporativa en el Sector Turístico

- Sostenibilidad y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como palanca competitiva: diferenciación e innovación.
- Responsabilidad Social Corporativa: la comunicación de impactos sostenibles para mejorar la reputación.
- Apuesta por la Eco/Eficiencia.
- La Memoria de Sostenibilidad
- La importancia de las nuevas medidas en materia de prevención y seguridad. Nuevas actuaciones y protocolos por aplicar en el Sector Turístico.

Módulo 5. Marco regulatorio en el ámbito de las relaciones laborales. Organización y Personas

- Programas de ayudas a la contratación y modificaciones normativas en el ámbito laboral.
- Bonificaciones, exenciones en materia de Seguridad Social, tanto en régimen General como en Autónomos.
- Nuevos enfoques y fórmulas de gestionar y estructurar las personas en un nuevo escenario.
- Establecimiento de políticas de atracción, desarrollo y fidelización del talento

Módulo 6. Propuesta y elaboración del Plan de Reactivación con medidas concretas a implantar, plazos de ejecución y necesidades de recursos e inversión.

- El plan ante el nuevo escenario; el cambio de paradigma.
- La conciencia social y los valores.

La duración de REACTUR 2021 ha sido de 6 semanas.

	NÚMERO CURSOS	LUGAR IMPARTICIÓN	FECHAS REALIZACIÓN	NÚMERO PARTICIPANTES (PAX) FORMADOS
Cámara Alicante	1	ONLINE	Del 30-09 al 23-10-2021	10
Cámara Castellón	1	ONLINE	Del 14-09 al 22-10-2021	15
Cámara València	1	ONLINE	Del 20-09 02-11-2021	14
TOTAL	3			39

Además, en 2021 se han ofrecido servicios de atención personalizada (tutorías abiertas) para propietarios, gerentes, autónomos, emprendedores y responsables de área de pymes y microempresas turísticas, que deseen mejorar la rentabilidad de su empresa turística o evaluar otras alternativas de expansión de esta en las siguientes áreas de consulta:

- Marketing empresarial turístico y social media

- Gestión de empresas turísticas: atención al cliente, gestión del personal y del producto
- 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.

En 2021 se han realizado 4 jornadas de capacitación para emorededores y empresas.

1. CÁMARA DE ALICANTE- Diseño de producto innovador para el sector turístico:

- 6 de julio de 2021
- Ponente: Jimmy Pons.
- Enlace de la sesión:

https://www.youtube.com/watch?v=ljZqXkkb9aI&list=PLzxMiumFsUIh3i9fSjYjeBH_Ei8Otbse4&index=4

2. CÁMARA DE CASTELLÓN- Autoconomiento Digital:

- 15 de septiembre de 2021
- Ponente: Sandra Romero.
- Enlace de la sesión: [Taller "Autoconocimiento digital, cómo crear o consolidar mi empresa" - YouTube](#)

3. CÁMARA DE VALENCIA- LinkedIn. El buscador de clientes y proveedores clave:

- 23 de septiembre 2021.
- Ponente: Sandra Romero.
- Enlace a la sesión: [Taller "LinkedIn, buscador de clientes y oportunidades" - YouTube](#)

Terminemos con una frase

"Las personas olvidarán lo que dijiste
algunas se acordarán de lo que hiciste,
pero nunca olvidarán cómo les hiciste
sentir"

Maya Angelou

117

Jimmy Pons

TURISME

4. CÁMARA DE VALENCIA- Aplicación práctica de la innovación y la creatividad para el sector turístico:

- 23 de julio de 2021.
- Ponente: Jimmy Pons.
- Enlace a la sesión: [Taller "Aplicación práctica de la innovación y la creatividad para el sector turístico" - YouTube](#)

3.2. EXCELENCIA Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

A través del Programa Qualitur se instrumentaliza todas las actuaciones llevadas a cabo por Turisme entorno a la cultura de la excelencia y 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, sostenibilidad y accesibilidad. Las actuaciones realizadas a lo largo de 2021 se concretaron principalmente en los siguientes subprogramas:

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

3.2.1. SICTED – Calidad Integral en Destinos Turísticos

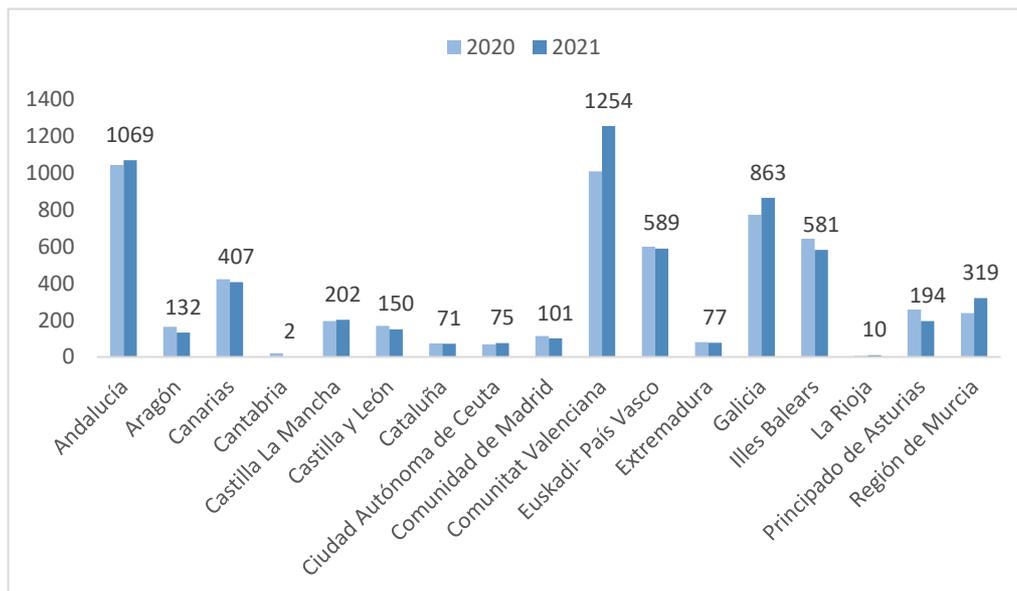


El SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos), tiene como objetivo último incrementar la satisfacción del turista, visitante y residente, homogeneizando e incrementando la calidad en los recursos y servicios turísticos de un destino. El proyecto se basa principalmente en la buena gobernanza 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. Tras la firma del Convenio Marco entre Turisme y la Secretaría de Estado de Turismo en el año 2012, por el cual cedía la metodología para su implantación. En la Comunitat Valenciana, el SICTED, se empezó a implantar en cinco destinos. Tras años de implantación el SICTED es un proyecto cohesionado y consolidado en el territorio, tal y como reflejan las cifras en el cierre del ejercicio 2021:

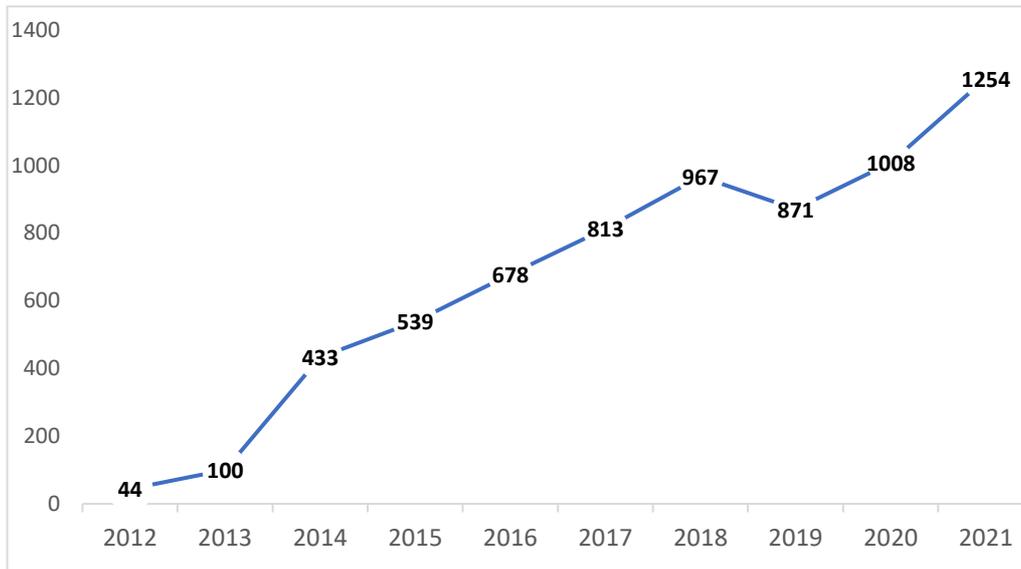
- ✓ 34 destinos adheridos (14,59% de los destinos nacionales)
- ✓ aglutinan a un total de 1.254 servicios turísticos distinguidos.

Lo que nos posiciona como la **primera comunidad autónoma en número de distinguidos**, seguida de Andalucía con 1.069 y de Galicia con 863 servicios turísticos distinguidos, todo, a pesar de la grave crisis higiénico-sanitaria vivida entorno a SARS-CoV-2 (COVID19).

Número de distinguidos por Comunidad Autónoma 2020-2021



Evolución del número de servicios turísticos distinguidos en la Comunitat Valenciana



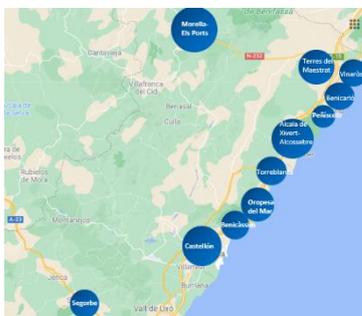
En 2021 firmaron el protocolo de adhesión al SICTED 5 destinos nuevos, posicionando a la Comunitat Valenciana, detrás Andalucía, como segunda Comunidad Autónoma por número de destinos adheridos.

La distribución provincial de los nuevos destinos SICTED-CV es la siguiente:

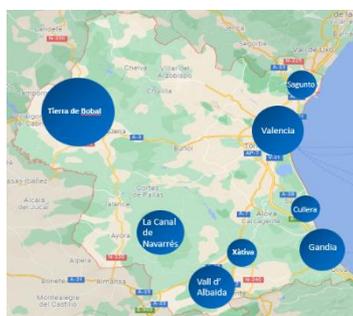
- Provincia de Castellón: Castellón de la Plana, Maestrat, ànima interior y Torreblanca.
- Provincia de Valencia: La Ribera de Xúquer y la Vall d'Albaida

Por provincias, la de Alicante es la que más destinos adheridos tiene (14) seguida de Castellón (11) y Valencia (9).

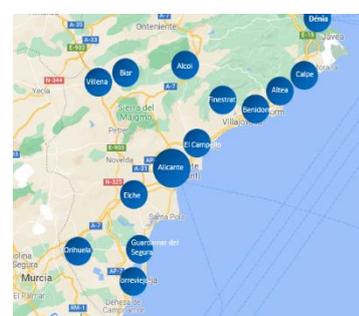
Provincia de Castellón



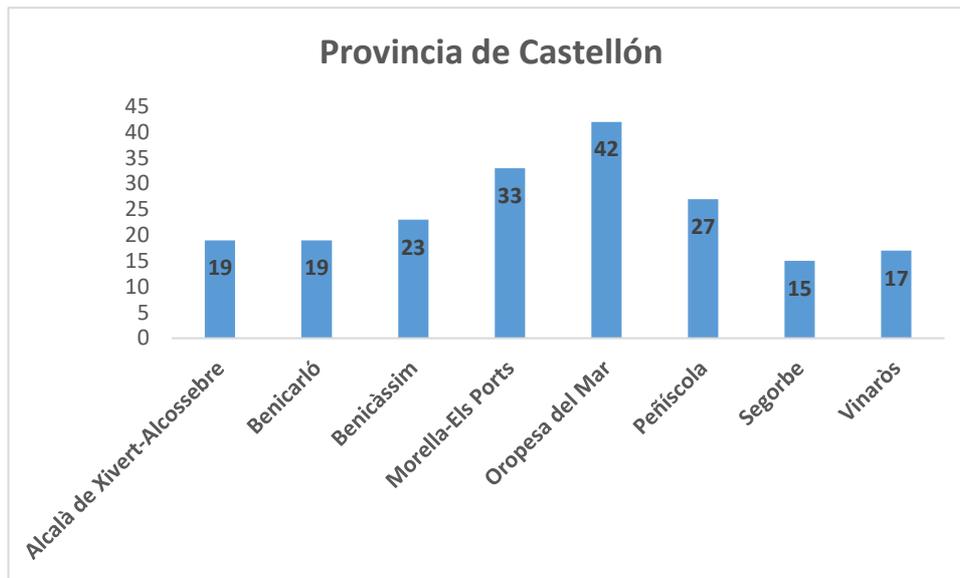
Provincia de Valencia



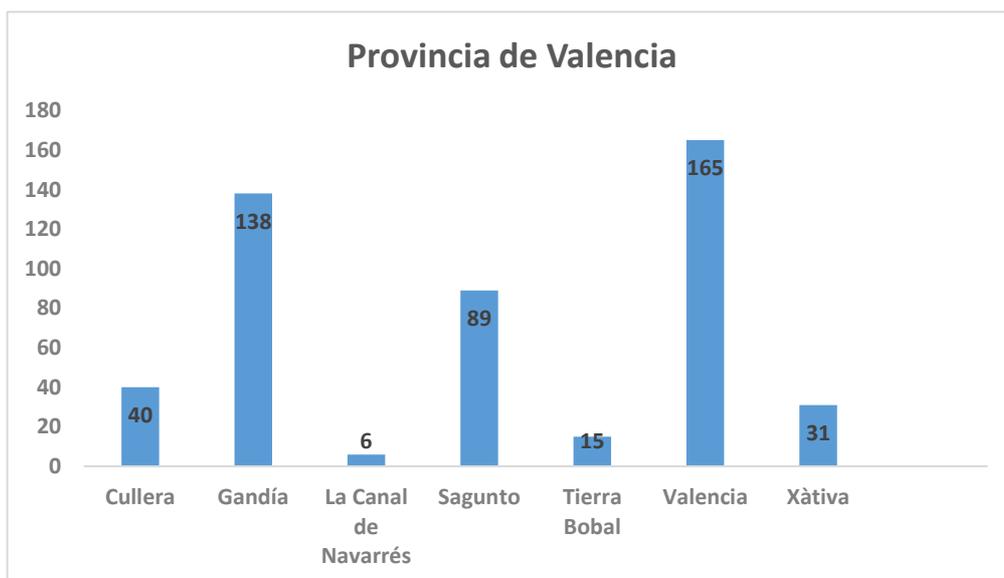
Provincia de Alicante



Atendiendo al número de distinguidos, los 34 destinos SICTED-CV aglutinaron un total de 1.254 servicios turísticos con el distintivo “Compromiso Calidad Turística”, destacando la **ciudad de Valencia**, primer destino en número de distinguidos en la Comunitat Valenciana, con 165 servicios y representando el 13,12% del total autonómico, seguido de Gandía (138) y Alicante ciudad (107). A continuación, se muestra la distribución provincial de servicios turísticos distinguidos:



Por destinos destacan Oropesa del Mar y Morella- Els Ports, dos de los destinos de la Comunitat Valenciana que más tiempo llevan participando en el proyecto SICTED-CV.



Pese a ser la provincia con menor número de destinos, en ella se aglutinan el 38,5% del total autonómico de servicios turísticos distinguidos. Destacan Valencia ciudad, Gandía y Sagunto, tres de los destinos con mayor número de servicios turísticos distinguidos de la Comunitat Valenciana.



La provincia de Alicante es la que cuenta con el mayor número de destinos adheridos y con mayor número de servicios turísticos distinguidos, representando el 46% del total autonómico.

Destaca Alicante ciudad, si bien cuatro de los destinos restantes presentan un número similar de servicios turísticos distinguidos (Benidorm, Dénia, Orihuela y Torreveija).

Atendiendo a la distribución sectorial en número de servicios turísticos distinguidos, y teniendo en cuenta que pueden participar 36 subsectores turísticos en la Comunitat Valenciana destaca en participación los hoteles y apartamentos turísticos (17,5%), restaurantes y empresas turísticas de catering (15,67%), bares (8,67%) y comercios (8,43%). La **Comunitat Valenciana ocupa la primera posición en 14 de los 36 servicios turísticos reconocidos**: alquiler de vehículos y embarcaciones, bares y cafeterías, campings, comercios, espacios naturales protegidos, hoteles y apartamentos turísticos, OPC's, parques de ocio, playas, puertos deportivos, restaurantes y empresas de catering, turismo activo, turismo de bienestar y viviendas de uso turístico.

Turisme, desarrolla una serie de actuaciones en distintos planos del SICTED, dirigidas a asesorar a los diferentes agentes que participan, defender los intereses de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana en el ámbito nacional y/o difundir la marca Compromiso Calidad Turística.

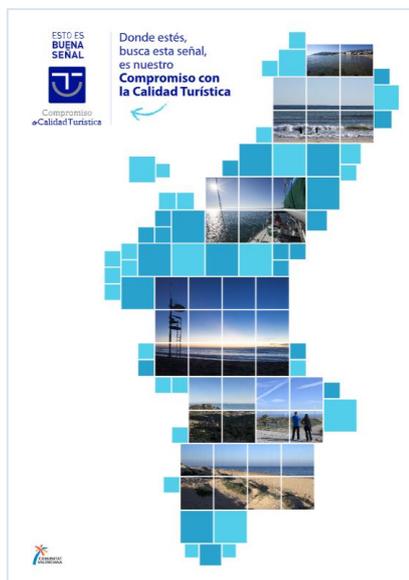
Así durante el ejercicio 2021 se han realizado las siguientes actuaciones:

- Asesoramiento específico a los destinos que se estrenan en el proyecto.
- Asesoramiento técnico continuo a los destinos SICTED.
- Difusión del proyecto mediante la publicación de noticias específicas periódicas del SICTED en el blog de Qualitur, web de Turisme especializada en excelencia turística y un artículo en el magazine TurismeCV, web con artículos varios dirigido a todos los segmentos asociados al turismo.
- Coordinación de la formación, asistencia técnica y evaluaciones de los servicios turísticos, los cuales se realizan en el marco del convenio anual de colaboración entre Turisme y el Consejo de Cámaras de comercio de la Comunitat Valenciana, y a través del cual en 2021 se llevaron a cabo las siguientes actuaciones:
 - 134 sesiones formativas
 - 72 talleres de resolución de dudas
 - 1.090 visitas técnicas a servicios turísticos
 - 860 evaluaciones a servicios turísticos
- Representación de los intereses de la Comunitat Valenciana en los grupos de trabajo nacionales (Comité interdestinos y grupo de trabajo Calidad Turística). En 2021, Turisme participó en los 3 comités interdestinos celebrados en enero, mayo y octubre, así como en los grupos de trabajo creados para elaborar el manual de buenas prácticas para viviendas de uso turístico, en el grupo para desarrollar la metodología de planes de mejora de servicios turísticos y en el relativo a describir las candidaturas de los premios SICTED.
- Garantizar la objetividad y rigurosidad de los distintivos, ejerciendo las vocalías en las mesas de calidad de cada uno de los destinos, aportando iniciativas. En 2021 Turisme ha asistido a las 31 mesas celebradas el 7 de junio y el 24 de noviembre.

A lo largo de 2021, además de las actuaciones metodológicas que con carácter anual se suelen realizar, **cabe señalar estas actuaciones de carácter mucho más específicas:**

- Presentación de los resultados del Diagnóstico de la implantación “Guía de las 100 recomendaciones para la consecución de ODS en los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana” en 28 Destinos SICTED, que se celebró el 4 de junio de 2021 en el Centro de Educación Ambiental de la Generalitat Valenciana en Sagunto.

- Gestión de la convocatoria de ayudas directas a empresas SICTED: Se tramitó y resolvió la nueva línea de ayudas convocadas en el marco de la crisis higiénico-sanitaria y dirigida, entre otras, a empresas adheridas al programa SICTED. Concretamente se gestionaron 650 expedientes favorables.
- Edición de soportes promocionales para destinos SICTED. En enero y febrero 2021 se editaron y distribuyeron un conjunto de soportes promocionales con el slogan “Esto es buena señal”. En total se editaron:
 - Tres MUPIS (con ediciones para destinos de Costa, Interior y Servicios turísticos)
 - Soportes para redes sociales (con versiones para Costa, Cultural, Destino, Interior, Servicios turísticos y Urbano)
 - Un vídeo para la jornada de sensibilización dirigida a potenciales servicios turísticos (una versión locutada en castellano y otra en valenciano con cartelas en inglés).
 - Un vídeo promocional para dar a conocer la marca “Compromiso con la Calidad Turística” (una versión locutada en castellano y otra en valenciano con cartelas en inglés).



- Habilitación de documentación compartida: En 2021 se habilitaron varias carpetas en Turisdrive, el servicio de almacenamiento de archivos en la nube de Turisme, para agilizar el intercambio de información entre Turisme y los destinos SICTED.

- Apoyo a las candidaturas de los destinos SICTED de la Comunitat Valenciana a los XII Premios Nacionales SICTED en 2021: Se han elaborado 16 informes preceptivos para apoyar a los preseleccionados en las categorías de Mejor equipo gestor, Mejor destino SICTED y Mejor proyecto de mejora.

La edición 2021 de los Premios SICTED ha resultado muy positiva para la Comunitat Valenciana ya que:

- Turisme Comunitat Valenciana ha sido premiada con el primer premio a la **Mejor Administración pública supramunicipal en favor del SICTED**
- La campaña “Esto es buena señal” ha sido galardonada como el Mejor material promocional digital SICTED
- El destino SICTED de Elx se ha alzado como el tercer Mejor Destino SICTED 2022
- El Hotel RH Bayren Hotel & Spa de Gandia ha sido premiado con el 2º premio en la categoría de Servicio turístico SICTED más competitivo
- El Restaurante La Barraca de Orihuela, ha obtenido el segundo premio en la categoría de Plan de Mejora de servicio turístico SICTED más destacable.

3.2.2. QUALITUR CLUB- Impulso a la certificación de modelos de excelencia



Qualitur es el distintivo de Turisme Comunitat Valenciana 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. Por su parte, Qualitur Club es el 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, reconocido por Turisme.

Turisme CV, actualmente, reconoce los siguientes modelos:

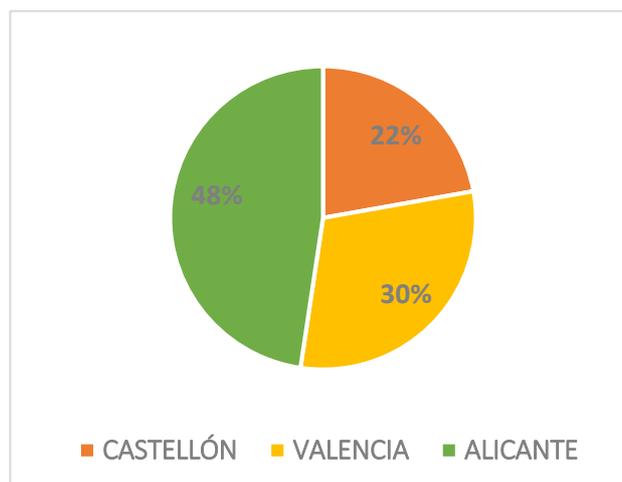
- En gestión de la calidad: Norma internacional ISO 9001 y normas asociadas a la marca Q Calidad Turística del ICTE.
- En gestión ambiental: Norma Internacional ISO 14001, Reglamento europeo EMAS, Marca Ecolabel y la Marca Parcs Naturals de la Comunitat Valenciana (de carácter autonómico).
- En accesibilidad: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

RESUMEN DE LOS MODELOS DE CERTIFICACIÓN RECONOCIDOS POR QUALITUR

							
MODELO	Q Calidad Turística	ISO 9001	ISO 14001	EMAS	ECOLABEL	PARCS NATURALS	UNE 170001/2
MATERIA	Gestión de la Calidad		Gestión Ambiental				Accesibilidad
AMBITO	Nacional	Internacional		Europeo		Autonómico	Nacional
ALCANCE	Sectorial	Intersectorial			Alojamiento	Sectorial	Intersectoria I

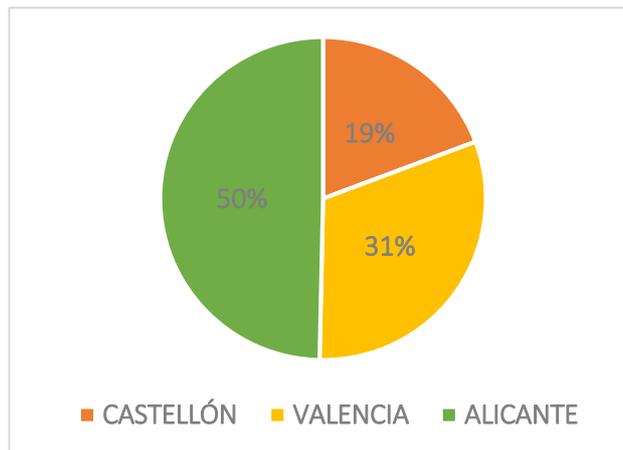
A diciembre 2021, 275 servicios turísticos son miembros de Qualitur Club, aglutinando 441 certificados; a pesar de la crisis higiénico sanitaria y económica, los servicios turísticos han optado en su mayoría por mantener los sistemas que garantizan su gestión. Atendiendo a la tasa de variación interanual se ha producido un aumento del 13,16% en el número de entidades miembros y, atendiendo al número de certificados, un aumento del 14,84%.

Distribución porcentual provincial de los servicios turísticos certificados



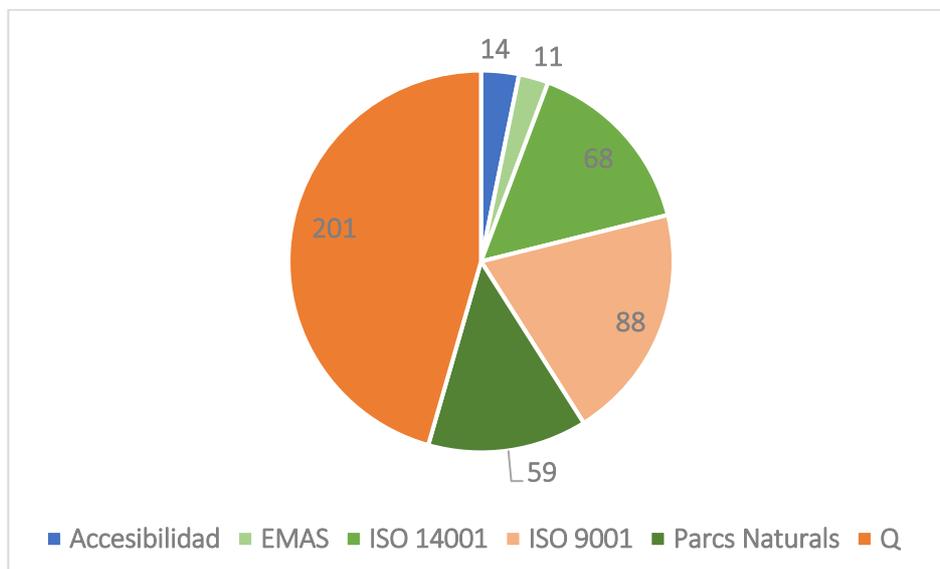
Atendiendo a la distribución provincial, es Alicante quien lidera ambas variables (131 servicios turísticos forman parte de Qualitur Club, aglutinando 219 certificados, seguida de Valencia (83 miembros de un total de 137 certificados) y de la provincia de Castellón (61 servicios turísticos que reúnen 85 certificados).

Distribución porcentual provincial de los certificados



Atendiendo a los modelos por lo que se suele optar, se mantiene la apuesta por modelos de gestión de la calidad; que representan el 65, 53% del total de certificados (representados en el gráfico con tonos anaranjados), seguidos por los certificados en materia de gestión ambiental (en tonos verdes en el gráfico) que representan el 31,29% del total y, por último, los certificados en accesibilidad, que representan el 3,17% restante.

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 45,57%, seguida de la ISO 9001 (19,95%). En este sentido cabe señalar que con 201 “Q”, la Comunitat Valenciana ocupa la tercera posición en el ranking nacional del número de certificados de *Calidad Turística*, tras Andalucía y Galicia.

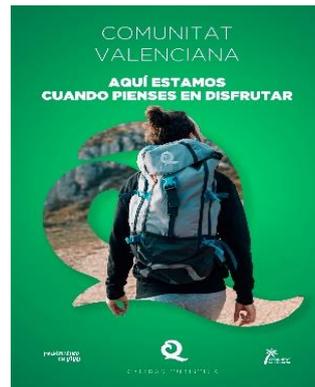
En gestión ambiental destaca la apuesta por la ISO 14001, que representa el 15,41% del total de certificados y el 49,27% del total de certificados en materia medioambiental, seguido de cerca por el certificado de Parcs Naturals de la Comunitat Valenciana, que representa el 13,37% del total de certificados y el 42,75% del total de certificados en materia medioambiental. Los certificados EMAS son los menos extendidos en la Comunitat Valenciana, representando el 7,98% del total de certificados medioambientales del territorio. 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 del modelo turístico de la Comunitat Valenciana.

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 certificado, seguidos de las empresas de turismo activo. Respecto a la distribución sectorial cabe señalar el claro liderazgo de los recursos gestionados por el sector público, concretamente las playas que optan en muchos casos por certificaciones en materia medioambiental y las oficinas de información turística, que en su gran mayoría optan por la Q de Calidad Turística. En el sector privado, destaca el subsector de hoteles, que apuestan por modelos de gestión de la calidad, manteniendo la tendencia de optar por la Q de Calidad turística y en menor medida por la ISO 9001.

Las actuaciones específicas en este plano de trabajo ejecutadas en el año 2021 fueron:

-Incentivar la certificación: Con el fin de apoyar la certificación, renovación y mantenimiento de la certificación Q Calidad Turística en las organizaciones turísticas de la Comunitat Valenciana, se han llevado a cabo diversas actuaciones dentro del marco del convenio de colaboración firmado entre Turisme Comunitat Valenciana y el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) para la obtención, mantenimiento o renovación de la certificación Q de Calidad Turística de un total de 75 establecimientos turísticos de la Comunitat Valenciana.

-Campaña “Aquí estamos cuando pienses en disfrutar”: En el marco del convenio con el ICTE, y con el objetivo de impulsar y ejecutar la política turística de la Generalitat, bajo las premisas de una promoción de la calidad, innovación, desarrollo, mejora continua, transparencia y el apoyo a la comercialización y difusión de las organizaciones turísticas de la Comunitat Valenciana. En 2021 se ha seguido utilizando la campaña “Aquí estamos cuando pienses en disfrutar”.



-Acto de entrega de banderas Qualitur 2021: Un total de 2021, 177 playas de la Comunitat Valenciana lucieron la Bandera Qualituren en reconocimiento a su apuesta por la excelencia, representando el 67% del total de playas que hay en la Comunitat (266). Para realizar la entrega de banderas se realizaron 3 actos, uno por provincia: en Móncofar, La Pobla de Farnals y El Campello.

-Noche Q: El ICTE celebra anualmente una gala conocida como la “Noche Q”. Esta gala, de carácter anual, tiene como objetivo reconocer el esfuerzo realizado por las distintas organizaciones, tanto públicas como privadas, que apuestan por la calidad y la excelencia a nivel nacional. En 2022 se realizó en el marco de la Feria Internacional de Turismo, FITUR.

-Nueva web Qualitur: Durante el 2021 se ha trabajado en la elaboración de una nueva página web Qualitur, dado que la actual ha quedado desfasada. La nueva web será más moderna y funcional, acorde con los diferentes proyectos que se desarrollan en el marco del programa. Destacar, asimismo, que durante el ejercicio 2021 se publicaron 21 notas de prensa en la citada página web.

-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.

Turisme CV tiene vocalía en los siguientes **Comités Técnicos de Normalización (CTN)**:

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

Turisme CV tiene vocalía en dos **Comités Técnicos de Certificación (CTC)**: Hoteles y apartamentos turísticos y Playas. En 2021 se participó en 29 Comités y se valoraron aproximadamente 250 expedientes.

-Sello Safe Tourism Certified: En 2021 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 destacar que 103 entidades de la Comunitat valenciana han obtenido este sello, representando alrededor del 10% nacional.

3.2.3 - Fomento de la sostenibilidad en el turismo de la Comunitat Valenciana

En línea con la publicación elaborada en 2019, denominada, *“Guía de 100 Recomendaciones para la consecución de los ODS en destinos turísticos de la Comunitat Valenciana”*, durante el 2021, y con el objetivo de que todo el conglomerado que conforma la industria turística valenciana disponga de un marco de referencia para que el turismo se constituya como una actividad económica, social y medioambiental sostenible, se ha trabajado en la *“Guía de 100 recomendaciones ODS para las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana”*.



Esta nueva guía tiene como objetivos prioritarios lograr el compromiso con la Agenda 2030, posicionando a la Comunitat Valenciana como referente turístico pionero en el impulso de la consecución de los ODS, y aportar una visión práctica al conjunto de reflexiones que empresas, entidades e investigadores están realizando sobre el impacto del turismo sobre los ODS. El manual recoge 100 recomendaciones y buenas prácticas priorizadas por complejidad de aplicación y grado de impacto directo, además de clasificadas por ámbitos de trabajo como son el liderazgo, los recursos humanos, la logística y operativa y las instalaciones. Con

ello, se ofrece a los profesionales turísticos una herramienta de inspiración y de trabajo, proponiendo acciones concretas y de carácter práctico que les ayuden a alinear su acción con los ODS y contribuir a visibilidad e incentivar el compromiso del sector turístico de la Comunitat Valenciana con la gestión sostenible.

Relacionado con dicha publicación, se ha elaborado un *Decálogo del Turista Responsable de la Comunitat Valenciana*, destinado a la demanda turística con el objetivo que las empresas y profesionales turísticos puedan difundirlo para promover un comportamiento ético, responsable y sostenible en los destinos turísticos.



Además, durante 2021 se ha elaborado el “Informe de Compromiso sobre el Progreso en la aplicación de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas”. En este documento se explica cómo Turisme Comunitat Valenciana ha contribuido al Pacto Mundial de Naciones Unidas desde su adhesión a este, en noviembre de 2019 y hasta noviembre de 2021. Cabe destacar que Turisme Comunitat Valenciana ha participado activamente implementando los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas a través de la propia estrategia y operaciones y animando a los agentes del sector turístico de la Comunitat Valenciana, con los que interactúa activamente (destinos y oferta turística), a participar en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Dicha memoria, estructurada con base al Plan Estratégico Turístico de la Comunitat Valenciana 2020-2025 y los seis pilares en los que se asienta dicha estrategia.

3.3. PROGRAMAS DE AYUDAS 2021

3.3.1. Concesión directa de ayudas a profesionales del sector turístico y empresas turísticas por la Covid-19.



En base a lo establecido en el Decreto 21/2021, de 5 de febrero, del Consell, de aprobación de bases reguladoras y concesión, en 2021 se tramitaron un total **4.060 solicitudes**, resultando favorables 3.630, lo que supone el 89,41 % del total de solicitudes.

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

HOTELES	SOLICITUDES FAVORABLES
Provincia de Alicante	337
Provincia de Castellón	163
Provincia de València	210
TOTAL	710

AGENCIAS DE VIAJES	SOLICITUDES FAVORABLES
Provincia de Alicante	287
Provincia de Castellón	89
Provincia de València	429
TOTAL	805

ALOJAMIENTO RURAL	SOLICITUDES FAVORABLES
Provincia de Alicante	48
Provincia de Castellón	118
Provincia de València	76
TOTAL	242

CAMPINGS	SOLICITUDES FAVORABLES
Provincia de Alicante	39
Provincia de Castellón	35
Provincia de València	29
TOTAL	103

GESTORAS DE VIVIENDAS	SOLICITUDES FAVORABLES
Provincia de Alicante	265
Provincia de Castellón	75
Provincia de València	55
TOTAL	395

L'EXQUISIT MEDITERRANI	SOLICITUDES FAVORABLES
Provincia de Alicante	229
Provincia de Castellón	87
Provincia de València	113
TOTAL	429

CREATURISME	SOLICITUDES FAVORABLES
Provincia de Alicante	102
Provincia de Castellón	64
Provincia de València	140
TOTAL	306

SICTED	SOLICITUDES FAVORABLES
Provincia de Alicante	240
Provincia de Castellón	114
Provincia de València	199
TOTAL	553

MEDITERRANEU MUSIX	SOLICITUDES FAVORABLES
Provincia de Alicante	21
Provincia de Castellón	18
Provincia de València	48
TOTAL	87

3.3.2. Concesión directa de ayudas a establecimientos del ocio nocturno

En febrero de 2021, el Consell aprobó el Decreto Ley 4/2021, de 19 de febrero, de medidas extraordinarias para la concesión de ayudas a personas físicas o jurídicas explotadoras de establecimientos públicos de ocio nocturno por la Covid-19, dando lugar con ello al Decreto 29/2021, de bases reguladoras y concesión directa de dichas, ayudas que fueron tramitadas por Turisme Comunitat Valenciana.

Esta línea de apoyo directo tuvo por objeto compensar, desde la Generalitat, los negativos efectos que sobre la economía y el empleo vinculado a la actividad de ocio nocturno tuvo en 2021 el obligado cese de actividad por la pandemia de este tipo de establecimientos públicos, establecimientos entre los que se encuentran pubs, cafés cantante, cafés concierto, cafés teatro, discotecas, salas de baile y salas de fiesta.

Tras la finalización del plazo de presentación de solicitudes, un total de 1.134 establecimientos se acogieron a la referida línea de subvenciones directas, resultandos beneficiarios de estas ayudas un total de 1.026, lo que supone más del 90% de ellos.

A continuación, se ofrecen datos desagregados, por modalidad y provincia de procedencia, de las solicitudes presentadas:

AYUDAS CONCEDIDAS	Nº EXPEDIENTES CV	PROVINCIA DE ALICANTE	PROVINCIA DE CASTELLÓN	PROVINCIA DE VALENCIA
A) Pub, café cantante, café teatro y café concierto	787	356	94	337
B) Discoteca, sala de fiestas y sala de baile	239	106	30	103
TOTAL LOCALES OCIO NOCTURNO	1.026	462	124	400

Así como la desagregación, por modalidad y provincia de procedencia, de las ayudas concedidas en 2021:

SOLICITUDES	Nº EXPEDIENTES CV	PROVINCIA DE ALICANTE	PROVINCIA DE CASTELLÓN	PROVINCIA DE VALENCIA
A) Pub, café cantante, café teatro y café concierto	885	287	103	495
B) Discoteca, sala de fiestas y sala de baile	249	107	32	110
TOTAL LOCALES OCIO NOCTURNO	1.134	394	135	605

3.3.3. Programa Bono Viaje Comunitat Valenciana 2021

Este programa palanca de la reactivación de la economía turística en nuestro territorio se articula en base a la publicación en el DOGV del 17 de octubre, del Decreto 156/2020, del Consell, de aprobación de las bases reguladoras y de concesión directa de ayudas del programa «Bono Viaje Comunitat Valenciana» 2020-2021. El programa Bono Viaje tiene como objetivo la dinamización, incentivación y desestacionalización de la demanda turística en la Comunitat Valenciana en el periodo de menor actividad, es decir, fuera de la temporada estival, ya que fruto de la COVID-19 ha conllevado que gran parte del tejido empresarial turístico valenciano y las personas trabajadoras vinculadas a este, se encuentren todavía en una situación de gran fragilidad y vulnerabilidad

Durante 2021 se ha seguido con la misma filosofía y línea de trabajo que el año 2020 ya que los resultados y cifras ponderadas globales así constatan la utilidad de creación de acciones que den soluciones efectivas y que, además, puedan generar e incrementar los flujos de demanda interna hacia nuestros diferentes y diversos destinos turísticos.

Como objetivo primordial del programa está el de favorecer, a través de ayudas directas dirigidas a todas las personas mayores de edad empadronadas en la Comunitat Valenciana, los viajes turísticos dentro de nuestro territorio.

El programa se articuló en 2021 mediante dos periodos de aplicación:

- Del 1 de enero al 15 de junio
- Y desde el 15 de septiembre hasta el próximo 30 de diciembre

Con una elevada inversión consignada y subvencionada a este programa, por parte de Turisme Comunitat Valenciana, se consiguió cubrir el 70% del coste de los servicios prestados al turista por el alojamiento o la agencia de viajes, con un máximo de 600 euros por bono.

A diciembre 2021 se contabilizaron hubo un total de **1.539 empresas turísticas adheridas** al Programa Bono Viaje con la siguiente distribución por modalidad y ámbito territorial:

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	ALICANTE	CASTELLÓN	VALENCIA	TOTAL CV
Agencias de Viaje	214	58	334	606
Alojamientos Rurales	36	72	58	166
Bloques y Conjuntos de Aptos Turísticos	24	1	6	31
Campings	24	16	14	54
Empresas Gestoras De Viviendas Turísticas	137	37	56	230
Hoteles	243	71	138	452
TOTAL ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS	464	197	272	933
TOTAL GENERAL	678	255	606	1.539

Balance de ejecución

En el periodo del 1 enero – 15 junio 2021 se realizaron **15.855 reservas de estancias turísticas con cargo al Bono Viaje CV**, esto es, un 32,55% más de lo previsto, hecho motivado por la ampliación del periodo de disfrute de finales de marzo a mediados de junio y a la rápida sustitución de cancelaciones por nuevos usuarios con derecho a bono viaje.

De igual modo, en el periodo del 15 septiembre – 30 diciembre 2021 se contabilizaron un total de **13.502 reservas de estancias turísticas**, esto es, un 26,03% más de lo previsto. Como resultado global de los dos periodos de 2021, el total de reservas turísticas se aproximó a las 30.000, con cerca de **80.000 personas beneficiadas**.

3.4. ESTADÍSTIQUES DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA



3.4.1. 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://www.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, y el nuevo Instituto Valenciano de Estadística (IVE), así como 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 “Estadísticas de Turisme” de la web institucional se situó en 2021 en torno a las 10.000. Para respetar el máximo posible el calendario de publicaciones previsto, 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.

ESTADÍSTICAS DE TURISME CV EN CIFRAS		
	2020	2021
Visitas*	10.383	9.944
Publicaciones	92 informes coyuntura	86 informes coyuntura
	5 balances	5 balances
	4 anuarios	9 anuarios
	50 informes mercados (13 nacionales)	38 informes mercados (14 nacionales)
	1 informe producto	7 informe producto
	13 otros informes	7 otros informes
Peticiones de información	154	165

*Elaboración propia a través de Google Analytics.

En 2021 se realizaron 152 publicaciones, lo que supuso un decremento del 7,8% respecto a 2020, destaca el incremento de los anuarios y de los informes de producto. También se han incrementado ligeramente las peticiones de información.

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 de 2021, 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 (5.574 cuestionarios de 111 oficinas participantes en 2021).
- 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 2021 han sido:



- Convenio de Colaboración entre el Instituto Nacional de Estadística (INE), la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo de la Generalitat (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 2021 la Comisión de Seguimiento se reunió con fecha 22/12/2021.

- 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 2021 se levantó la suspensión del contrato para el lote 2 provocada por la pandemia, y se recuperó la actividad en mayo.
- 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)” que a partir del mes de marzo pasó a denominarse “Pasajeros Aéreos internacionales”. El informe “Empleo turístico” realizado hasta 2020 por Turespaña, dejó de publicarse en 2021 y fue sustituido, a partir del 2º trimestre de 2021, por un informe de elaboración propia, basado en los datos del Ministerio de Trabajo y Economía Social, del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, de las Encuestas de Población Activa de la Tesorería General de la Seguridad Social y de las Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos del INE. Asimismo, Turisme Comunitat Valenciana 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 pernотaciones), según el país de origen para el ámbito provincial en las modalidades de campings y apartamentos 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 distintos agentes del 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.

- 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 2021 se ha cerrado el balance 2020 y se han actualizado la ejecución de 2021 y las previsiones para 2022.

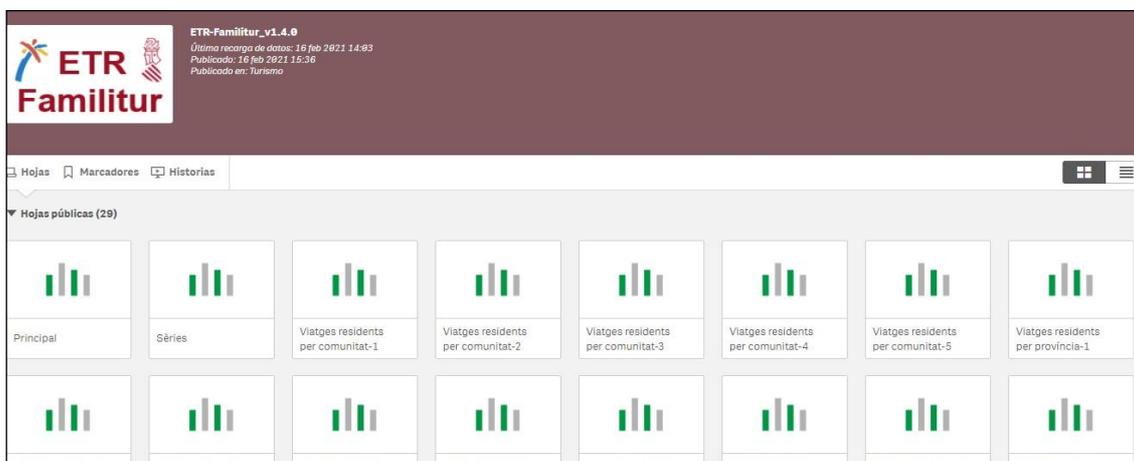
C. Otras fuentes

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

- **INE:** Estadísticas experimentales
- **Turespaña:** Fichas mercados
- **Ministerio de Trabajo y Economía Social:** petición continua de carácter mensual para obtener el número de afiliados en las ramas de hostelería y agencias de viajes (CNAE).
- **Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones:** afiliados a la Seguridad Social en ERTE
- **Institut Valencià d'Estadística:** petición continua de carácter mensual con datos de la Encuesta de Población Activa (EPA)
- **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

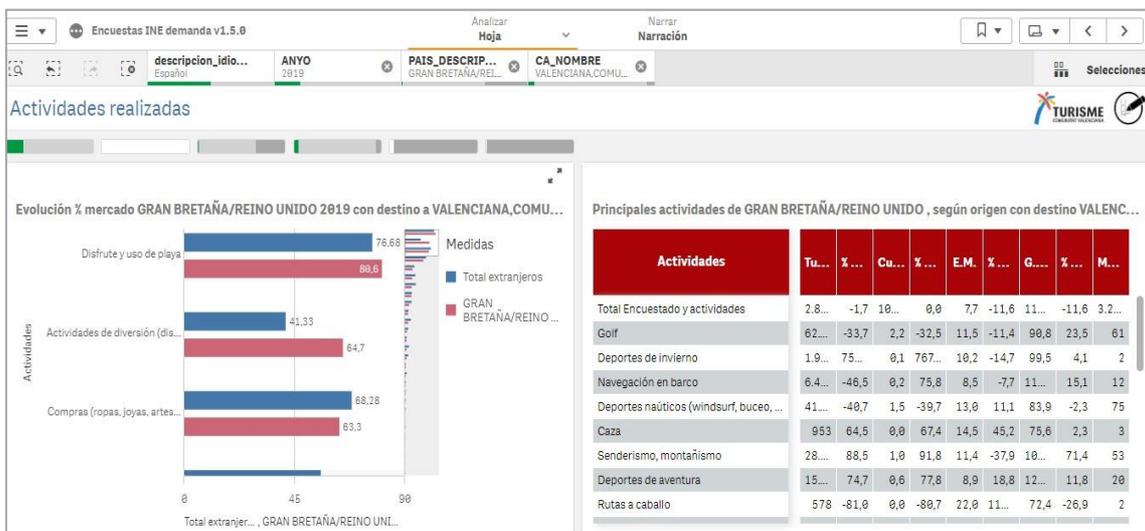
Proyecto desarrollado en colaboración con el Servicio de Informática que surge por la necesidad de tratar y analizar grandes cantidades de datos procedentes de encuestas a la demanda turística a los que Turisme CV tiene acceso, fruto de la colaboración con el INE, las encuestas a la oferta, también en colaboración con el INE y la explotación estadística del Registro de Turismo. 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 2021, 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 2021 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, hostales, albergues, apartamentos, cámpings, alojamiento rural y empresas de turismo activo), 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 152 informes realizados.

Coyuntura	2021												2022
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
Coyuntura <i>online</i>	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)	XI/2021
Turistas extranjeros Frontur-Egatur	XI/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)	XI/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 (26-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/2020 (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/2020 (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	XI/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)	XI/2021
Empleo turístico		4º trim. 2020			1º trim. 2021			2º trim. 2021			3º trim. 2021		
Balances	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
Temporada verano											Jun-sep 2021 (1ª qna.)		
Otros periodos		2020				Ene-abr 2021 (1ª qna.)					Ene-sep 2021 (1ª qna.)		

Estadístiques de Turisme de la Comunitat Valenciana © Turisme Comunitat Valenciana 2021

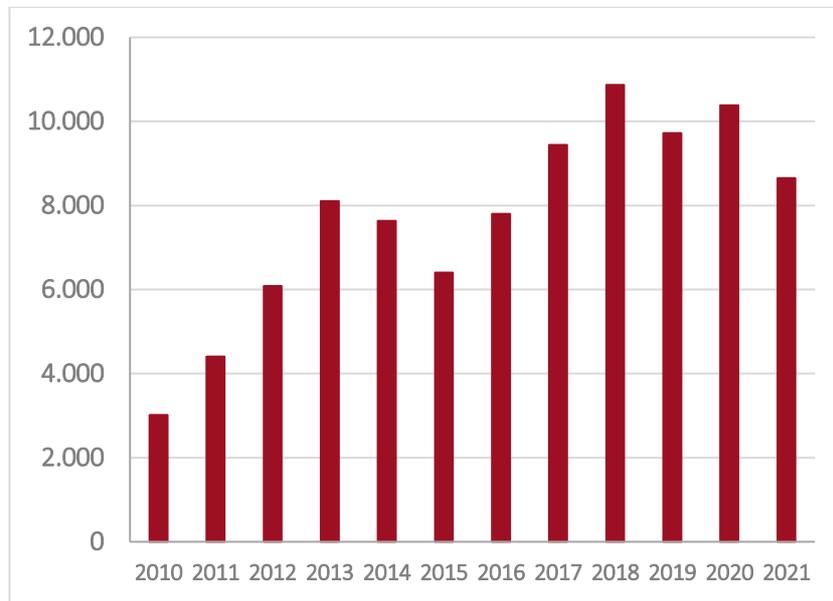
Difusión de un mailing semanal por correo electrónico con los últimos informes estadísticos publicados en el apartado de Estadístiques de Turisme, dirigido a 237 destinatarios:

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

Gestión de **165 peticiones de información**, de las cuales 101 han sido externas, solicitadas, bien a través de la dirección de correo electrónico estadistiques_turisme@gva.es o por organismos externos, mediante peticiones continuas, y 64 peticiones internas de las Áreas de Turisme.

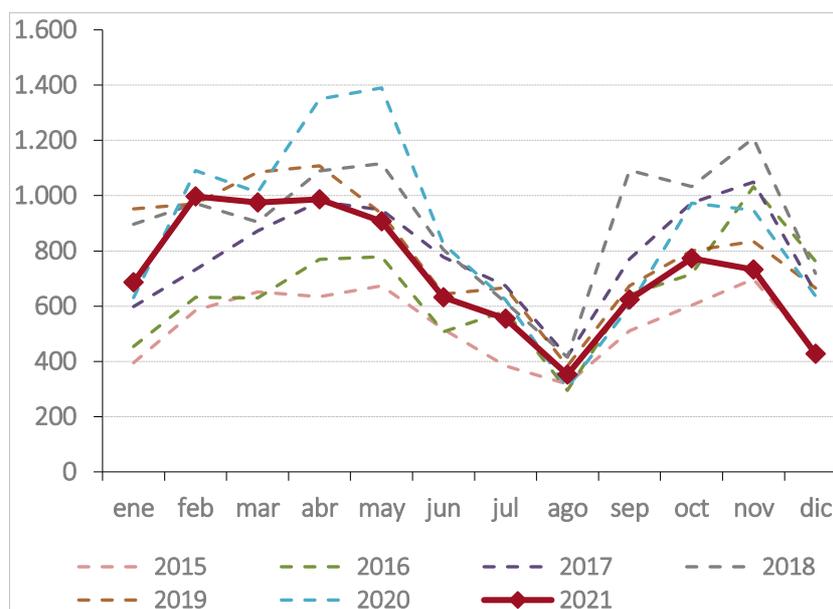
Estadístiques de Turisme CV destaca entre las secciones web con información estadística oficial sobre turismo/por el volumen y grado de actualización de la información, hecho que se corresponde con la tendencia creciente (126%) en el número de accesos desde su creación.

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



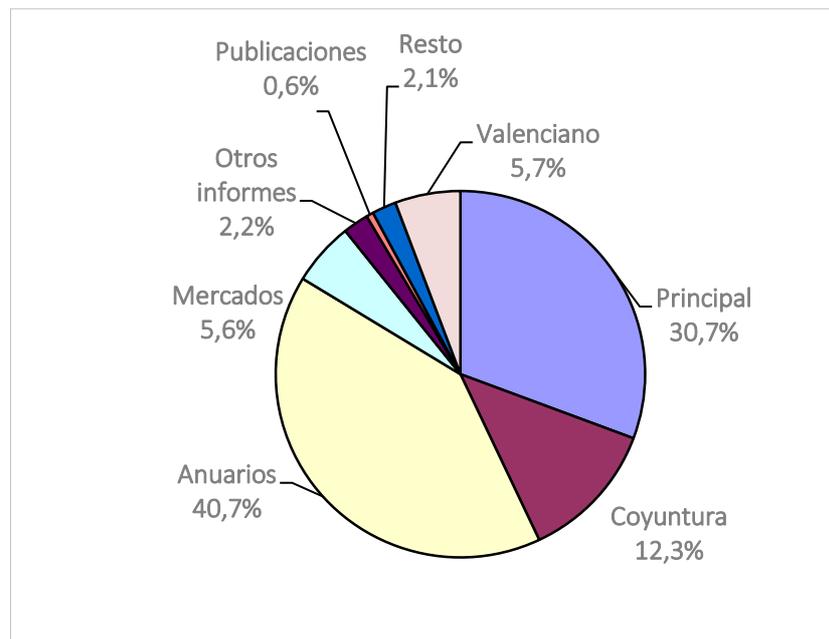
En 2021 se contabilizaron un total de 9.944 visitas a *Estadístiques de Turisme CV* (Google Analytics), ello supone un decrecimiento respecto al año anterior del 4,2%. Desde agosto de 2021 se ha detectado un número de sesiones, iniciadas desde EEUU y de naturaleza anómala, por lo que se ha procedido a una depuración de las mismas para, en la medida de lo posible, evitar la distorsión de los datos recabados.

Evolución total sesiones Estadístiques de Turisme 2015-2020



Un 40,7% de los usuarios accedió a Estadístiques de Turisme CV a través de la sección de Anuarios y un 30,7% 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 2021



Desde agosto de 2021, se detecta un número creciente de accesos irregulares (con un porcentaje de rebotes del 100% y únicamente una página visitada). Analizada la procedencia geográfica de las sesiones, se aprecia que dichos accesos provienen de EEUU. Esta desafortunada intrusión desvirtúa cualquier posible análisis del conjunto del año.

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.

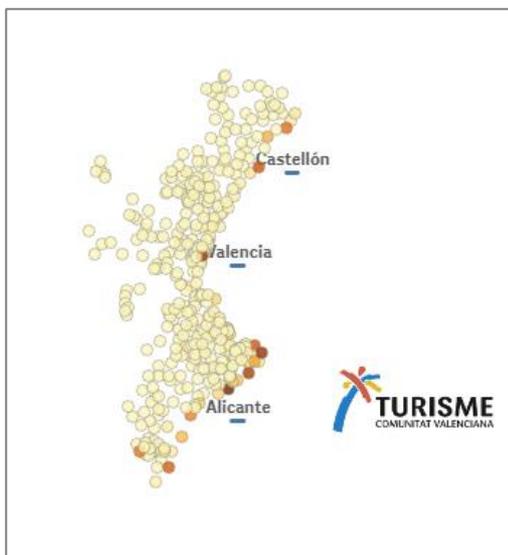


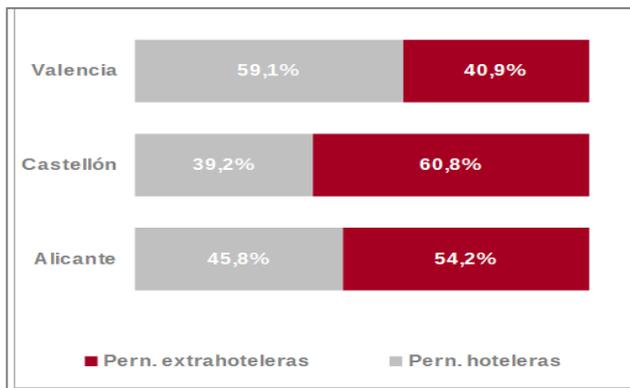
EL TURISMO EN LA COMUNITAT VALENCIANA 2020

Completa información sobre los principales indicadores turísticos de la Comunitat Valenciana y sus zonas turísticas. Integra datos suministrados por diferentes fuentes que permiten tener una visión global de la evolución del sector, a través de textos, gráficos y más de 100 tablas en formato exportable. Se compone de nueve cuadernos con los datos sobre los alojamientos turísticos, los principales indicadores por provincias y el estado de la excelencia turística en la Comunitat Valenciana

OFERTA TURÍSTICA MUNICIPAL Y COMARCAL 2020

Información desagregada a escala municipal y comarcal sobre los establecimientos que componen la oferta turística a fecha 31 de diciembre de 2020 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.





PERFIL DEL TURISTA ALOJADO EN OFERTA REGLADA 2020

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 anuarios y estudios de 2021 han sido:

- Balances coyunturales, acumulado abril y septiembre, verano (junio-agosto) y anual
- Evolución del RevPar hotelero
- Habitaciones hoteleras por tipo de clientes
- Indicadores de actividad del sector servicios
- Turistas extranjeros en alojamiento privado
- Turistas residentes en España en alojamiento privado
- Transporte Aéreo
- Estudio turistas extranjeros entrados por el aeropuerto Castellón
- Excursionismo de los residentes en la Comunitat Valenciana
- Ocupación en albergues

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. CONVOCATORIA Y GESTIÓN DE LOS PREMIS TURISME CV

De acuerdo a la RESOLUCIÓN de 13 de septiembre de 2021 se concedieron los Premis Turisme CV 2020, a los que se presentaron 28 candidaturas en sus distintas modalidades.

A finales del mes de septiembre de 2021 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 2020, correspondientes a su séptima 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 y con el objeto reconocer, valorar y dar difusión a aquella personas, empresas o acciones que incidan de manera positiva en el principal motor de la economía de la Comunitat Valenciana, 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 7ª edición los premios concedidos en las modalidades convocadas recayeron en:

- **Modalidad 1, Premio a la trayectoria turística.** A LA ASOCIACIÓN CULTURAL TURISMO Y ARTE (TURIART).
- **Modalidad 2, Premio a la formación, investigación e innovación turística** A LA COOPERATIVA VIVER.
- **Modalidad 3, Premio a la promoción, comunicación y márketing turístico (EX AEQUO)** AL AYUNTAMIENTO DE CULLERA Y A CASTELLÓ RUTA DEL SABOR.
- **Modalidad 4, Premio al turismo sostenible** AL PARC CULTURAL VALLTORTA GASULLA.
- **Modalidad 5, Premio al turismo inclusivo** A LA FUNDACIÓN CV MARQ

De igual forma, y a propuesta del jurado, se decidió otorgar menciones especiales a a aquellas personas o entidades que durante 2021 se distinguieron por su importante contribución al impulso y desarrollo del sector turístico valenciano, ya sea dicha contribución de carácter general o específica en un ámbito concreto de actuación, así como una mención especial a título póstumo.

- A Juan Antonio Calabuig presidente de la Asociación Valenciana de Periodistas y Escritores de Turismo (AVPYETUR) por su contribución, desde el periodismo, a difundir el rico relato turístico de la Comunitat Valenciana.
- A la Fundación Cañada Blanch como reconocimiento a la entidad que viene realizando una encomiable labor en el impulso al turismo cultural a través de la capacitación de los agentes que actúan en la planificación, gestión y promoción de este importante producto turístico.
- A Dolores Salvador, a título póstumo, por su trayectoria profesional y su aportación a la mejora de calidad del producto turístico gastronómico valenciano, siendo la primera persona que obtuvo una estrella Michelin en la ciudad de Valencia.



3.7. CÓDIGO ÉTICO DEL TURISMO VALENCIANO

CÓDIGO ÉTICO TURISMO VALENCIANO

POR UN TURISMO RESPONSABLE Y SOSTENIBLE



El Código Ético del Turismo Valenciano es la apuesta de Turisme Comunitat Valenciana por el reto de asumir la construcción de un nuevo relato turístico basado en la ética, la sostenibilidad y la responsabilidad social en nuestro territorio. Para ello se conformó el órgano consultivo del *Comité de Ética del Turismo* para que tenga capacidad y pueda dar respuesta para intervenir en caso de reclamaciones por parte de los *turistas* o visitantes, así como 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.



AGENDA 2030

Estos argumentos se articulan entorno a la Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad, que debe ser un factor de diferenciación de nuestra propuesta como destino turístico singular, mejorando la competitividad de la economía turística en la Comunitat Valenciana y dotando de herramientas para guiar a los agentes del desarrollo turístico, así como recurso en pro de la mejora de la profesionalización de los servicios y empresas turísticas valencianas. En la actualidad un total de **1.816 empresas privadas y entes públicos** han suscrito el Código Ético del Turismo Valenciano.

3.8. PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA

Tras la adjudicación y aceptación de las **8 personas beneficiarias de las becas** de las clases E y I en febrero de 2021 de especialización turística en dependencias de Turisme Comunitat Valenciana, se contribuyó activamente a la especialización técnica y, al mismo tiempo, a facilitar el acceso al mundo laboral de los jóvenes titulados, se quiere incidir en su enriquecimiento formativo 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.

En septiembre de 2021 se presentó y aceptó la **renuncia** de una beca de clase E por una de las personas beneficiarias, Resolución de fecha 17 de septiembre de 2021 del presidente de Turisme, que conllevó, vía activación de la bolsa de **reserva**, beneficiar al siguiente candidato/a que en el procedimiento de concurrencia competitiva había sido preseleccionado. Se acordó la tramitación de la prórroga de las becas en materia de turismo de clases I y E a la totalidad de adjudicatarios en las mismas condiciones de su concesión hasta el 31 de diciembre de 2022.

3.9. PROYECTOS EUROPEOS Y RELACIONES INTERNACIONALES

Turisme CV mantuvo su apuesta en 2021 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 valenciano en el ámbito europeo. A continuación, se muestran alguno de los encuentros online a los que se ha asistido:

NECSTour Workshop: EU Green Week Partner Event "Sustainable Tourism solutions to reduce pollution in the Mediterranean area" // 3 de junio 2021

SUSTAINABLE TOURISM SOLUTIONS TO REDUCE POLLUTION IN THE MEDITERRANEAN AREA

EuroVelo 8 – Mediterranean Route

An introduction to the MedCycleTour Project

Ed Lancaster, EuroVelo Director
European Cyclists' Federation (ECF)
e.Lancaster@ecf.com
@EdLancasterECF

Interreg MEDICYCLETOUR EuroVelo ECF

The poster features a teal background with a yellow torn-paper effect at the top. It includes the EuroVelo 8 logo (a blue square with a white '8' and yellow stars) and logos for Interreg, EuroVelo, and ECF.

Talleres de formación INHERIT: "El turismo sostenible como herramienta para la conservación y valorización del patrimonio natural en el mediterráneo" // 14 de junio de 2021

Zoom meeting interface showing participants: Pierre Verdier..., Fernando Pellicer, and Thomas Guillot. A 'Grabando' (Recording) indicator is visible.

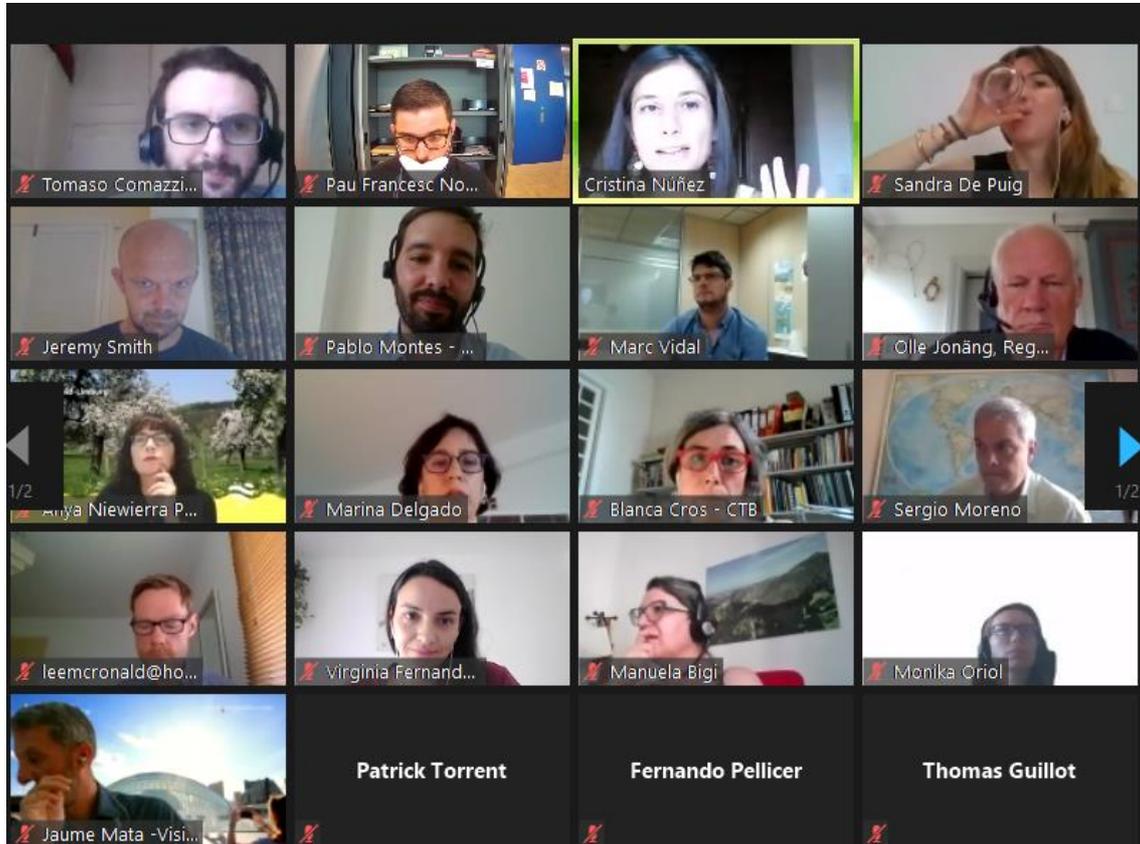
GLOBAL SURVEY OF CLIMATE ACTION IN TOURISM

One planet travel with care

The poster shows a tropical beach scene with a palm tree and turquoise water. It features the logos of the United Nations and One Planet, and a QR code in the bottom right corner.

CPMR Intermediterranean Commission

Task Force on Tourism and Culture: Towards an effective transferring of tourism project results for the IMC regions in a post-COVID context // 16 de julio 2021



IMC Task Force on Culture & Sustainable Tourism - UfM & CPMR-IMC Capacity Building //

15 septiembre 2021



Towards a sustainable recovery of tourism in the Mediterranean



Towards an effective transferring of tourism project results for the IMC regions in a post-COVID context

Dr. Dario Bertocchi
dario.bertocchi@unive.it



The EMbleMatic project

- **EMbleMatic** stands for "Emblematic Mediterranean Mountain as Coastal Destinations of Excellence"
- Funded through the **Interreg MED** programme.
- **Aim:** to create and test a new and radically different tourism offer based on the assets of the hinterland areas of the selected mountains that will be able to offer a sustainable and responsible tourism alternative to both sun & beach tourism and to the mountain summits.



Dr. Konstantinos Zapoundis
Pieriki Anaptixiaki S.A.-Local Development Agency



A partir de esta colaboración bilateral, 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)
- CBC MED (turismo sostenible)
- PANORAMED ((Interregeg Mediterranean) (como entidad colaboradora)

Cabe destacar que entre los eventos que el servicio de planificación y estrategia ha tenido que organizar, gestionar, planificar y ejecutar está la **Mid-Term Conference Valencia**, realizada los días 9 y 10 de junio de 2021, y que se enmarca dentro del proyecto **Interreg Herit-Data**. En este sentido la conferencia estaba programada para celebrarse in situ en Valencia, pero debido a las circunstancias excepcionales del COVID'19 la conferencia se adaptó a un formato en línea a través de la plataforma Zoom, en la cual se registró una cifra récord de **567 personas registradas para las dos jornadas**.



3.10. ESTRATEGIA PLANES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINO

Según la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar.

Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es, además, inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado.

Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, socioeconómico y territorial del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

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 promueve la estrategia del **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”**.

Dicho programa se divide en:

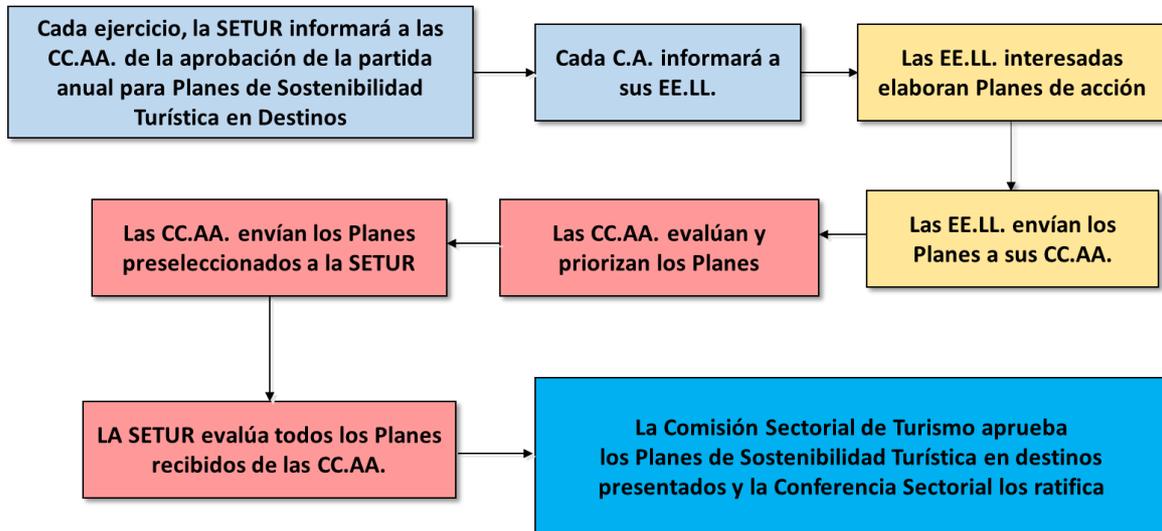
- Convocatoria ordinaria: cofinanciada por el Estado, las CCAA y las EELL participantes.
- Convocatoria extraordinaria: financiada con fondos del instrumento Next Generation UE.

OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD EN DESTINOS

- ✓ **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.
- ✓ **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.

- ✓ Reforzar a las entidades locales gestoras de los destinos turísticos con un instrumento económico, técnico y promocional.

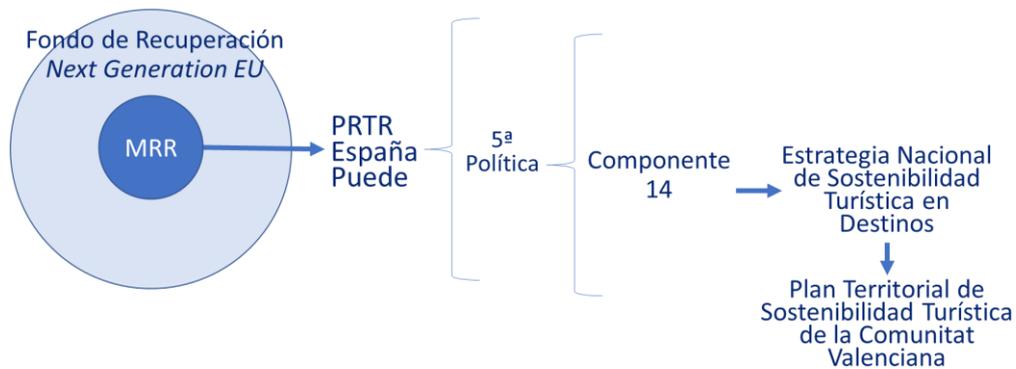
Convocatoria ordinaria



Con este esquema de trabajo y en estrecha relación con las EELL y la SETUR, desde Turisme Comunitat Valenciana se ejerció en 2021 de ventanilla de información, recepcionando 13 solicitudes que posteriormente fueron evaluadas y priorizadas. Finalmente, la Conferencia Sectorial de Turismo aprobó los planes presentados por los municipios de Altea y Peñíscola. Tras ese acuerdo se procedió a realizar la tramitación para la firma de los convenios de colaboración necesarios para articular la colaboración económica entre las tres administraciones.

Convocatoria extraordinaria

La Unión Europea ha puesto a disposición de los Estados miembros un marco de financiación para la recuperación de la crisis social y económica generada por la pandemia de la Covid-19 mediante los nuevos fondos Next Generation EU y el marco financiero plurianual 2021-2027. Un montante económico sin precedentes que el España va a canalizar a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) “España Puede” y que va a suponer una oportunidad y un reto, también para el turismo, en la gestión de estos fondos tanto para la administración pública como para el sector privado. En este marco, la Conferencia Sectorial de Turismo, órgano de coordinación integrado por la Secretaría de Estado de Turismo y las administraciones turísticas de todas las comunidades autónomas, ha aprobado la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos con su convocatoria extraordinaria.



Dependencia jerárquica entre el Instrumento Next Generation UE, el PRTR España Puede, su componente 14 (Turismo) y el PTSDT.

La convocatoria 2021 tuvo como resultado el Plan Territorial de Sostenibilidad Turística en Destino (PSDT) de la Comunitat Valenciana, plan que incluye un conjunto equilibrado de actuaciones y destinos que permiten desarrollar el potencial turístico de la Comunitat Valenciana en aquellos aspectos que son considerados prioritarios: escasa digitalización del sector, falta de actualización de información, de formación y de modernización, accesibilidad, sensibilización, productos, infraestructuras, materiales y tecnologías obsoletos, al tiempo que impulsa la transformación verde y digital en el sector turístico, así como la mejora en su competitividad y sostenibilidad. En este contexto, el Plan Territorial de Sostenibilidad Turística de Destinos de la Comunitat Valenciana 2021 se articula en torno a la dualidad “Destinos Turísticos Inteligentes Comunitat Valenciana” y “Acción por el Clima”.

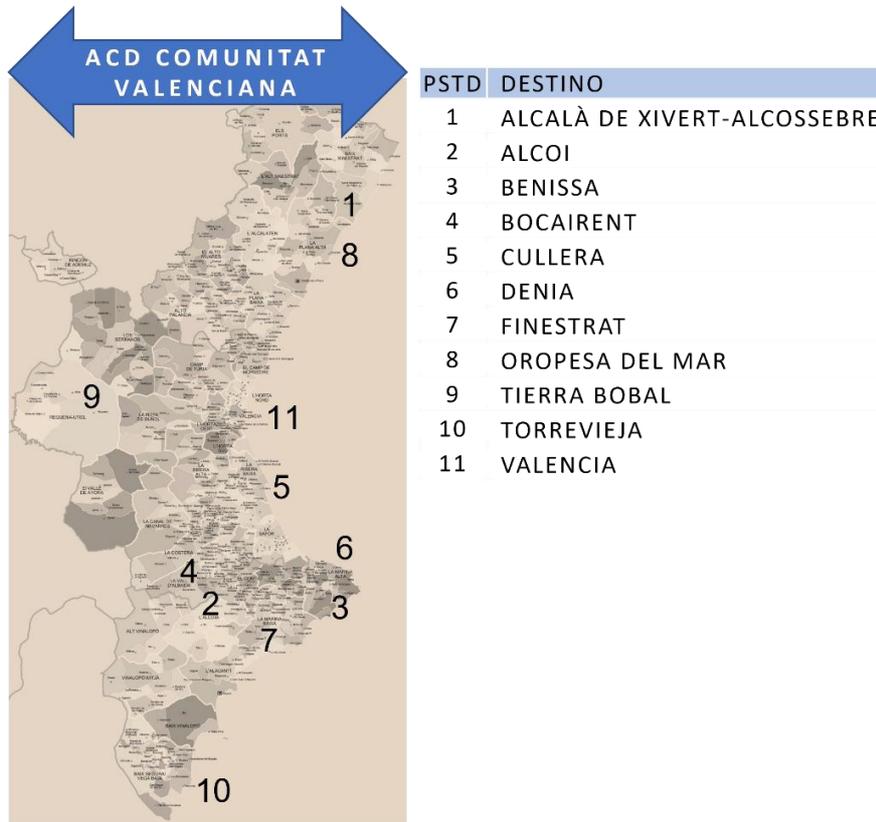


Dualidad DT CV & Acción por el Clima.

La elevada cantidad y calidad de las solicitudes recibidas (45) llevó a la administración autonómica a establecer un umbral de puntuación mínimo para que las propuestas de los destinos fuesen financiadas, lo cual contó con la aprobación del Comité Consultivo del Plan, evitando así una concentración excesiva de los fondos, lo que podría haber supuesto la pérdida de la esencia de los proyectos.

La limitada disponibilidad presupuestaria de 2021, conllevó reformular económicamente las propuestas iniciales y tomar como referencia la inversión mínima que establece la Estrategia nacional por tipología de destino, siendo la financiación máxima a percibir por los destinos beneficiarios 1,5 veces esa cantidad. El siguiente mapa muestra los once destinos integrados en el PSTD CV 2021 y la Acción de Concesión de Destinos (ACD), de enfoque transversal, a ejecutar por la Generalitat Valenciana (GVA) vía Turisme Comunitat Valenciana.

Destinos que conforman el Plan Territorial



4

INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS



4.1. INFRAESTRUCTURAS DE LITORAL

Uno de los objetivos de TCV es dotar a las playas de la Comunitat Valenciana de infraestructura turística, para de este modo poner en valor dichos recursos, aumentando la calidad y seguridad de las playas y favoreciendo las condiciones de uso turístico para alcanzar el disfrute de los usuarios durante la mayor parte del año. Por ello, desde este Servicio de Infraestructura Turística, se trabaja para ofrecer el suministro necesario a los municipios de todo el litoral, en lo que refiere a los diferentes elementos ubicados en las playas. Estos elementos se distribuyen entre los 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. Además del suministro de nuevas instalaciones, es necesaria la actualización de inventario en cuanto a elementos, puesto que, debido a la finalización de vida útil, los daños de los diferentes temporales acaecidos durante el año y la agresividad del medio en el que se encuentran instalados, surge la necesidad de reparar y/o retirar de manera constante la citada infraestructura turística instalada en el litoral de la Comunitat Valenciana. A continuación, se pasa a comentar con detalle las actuaciones que se han realizado a lo largo del año 2021.

4.1.1. Actuaciones.

Mantenimiento y reparación de las instalaciones higiénicas y lúdico-deportivas, licitación compuesta por 12 lotes (divididos por municipios según su cercanía y provincia) para en primer lugar, acondicionar y poner a punto las playas y facilitar que estas estén en las mejores condiciones posibles de operatividad para la temporada estival y en segundo lugar y una vez empezada la temporada, poder realizar el trabajo y las urgencias que puedan irrumpir en el día a día con la mayor brevedad y eficacia posible. Este concurso tiene la finalidad de reparar cualquier avería de los elementos higiénicos y lúdico-deportivos, la limpieza, mantenimiento y recolocación de los mismos, mantenimiento de los pozos y drenes de las estaciones de bombeo, reparación de fugas de agua, reposición de carteles o vinilos de las instalaciones, desinfección de lavapiés, suministro de hipocloritos, retirada de elementos deteriorados que no admitan reparación, retirada de elementos peligrosos o de riesgo para las personas, etc. De los 12 lotes anteriormente citados, dos de ellos quedaron desiertos (A1 y A8).

Además, se procedió a contratar a las empresas que realizarán la **Asistencia Técnica** y la

Coordinación de Seguridad y Salud de los trabajos de mantenimiento de dotaciones propias de Turisme CV antes indicados ya que esto resulta necesario para el desarrollo de los trabajos de mantenimiento a realizar por las empresas adjudicatarias del servicio de mantenimiento del equipamiento de Turisme CV en las playas de la CV.

Reparación de los daños acaecidos por los diversos temporales que han tenido lugar a lo largo de esta anualidad. Dichos temporales han ocurrido en los meses de enero, marzo, agosto y noviembre. Observando que en los últimos años están cobrando importancia, tanto por la continuidad de los mismos como por los daños que causan, es importante tener en cuenta este aspecto para la gestión turística. Las consecuencias sobrevenidas por estos episodios reflejan con claridad la ardua, compleja y costosa labor de reconstrucción o reparación, situación que repercute de forma muy notable sobre el producto sol y playa de la Comunitat Valenciana, principal motivación del turista nacional e internacional. La gestión en estas situaciones es la siguiente:

- ✓ Solicitar a la empresa adjudicataria de cada lote del concurso de reparación, mantenimiento y conservación de infraestructuras turísticas una primera evaluación de los daños e independientemente se reciben también las incidencias y daños de algunos Ayuntamientos que lo hacen llegar a este Servicio con la mayor brevedad posible
- ✓ Revisar la magnitud de los daños causados
- ✓ Proceder reparar y/o reemplazar el material para ofrecer la calidad que merecen las playas de la CV y ofrecer una seguridad óptima en las playas de la CV.

Reinstalación, mantenimiento, desmontaje y almacenaje de **12 zonas de baño accesible para descanso, para los años 2021 y 2022**, en las playas de la Comunitat Valenciana. Estas zonas de baño accesible para descanso tienen una conformación y diseño específico, puesto que dichas zonas han de situarse en el agua de la playa a una profundidad media de 0.50m. Esta licitación fue objeto de recurso por parte de otro licitador, el TARC se pronunció después de la temporada estival por lo que durante el verano de 2021 no se han instalado las zonas de baño. En estos momentos las zonas de baño están en el almacén de la empresa adjudicataria para ser instaladas en la temporada estival de 2022.

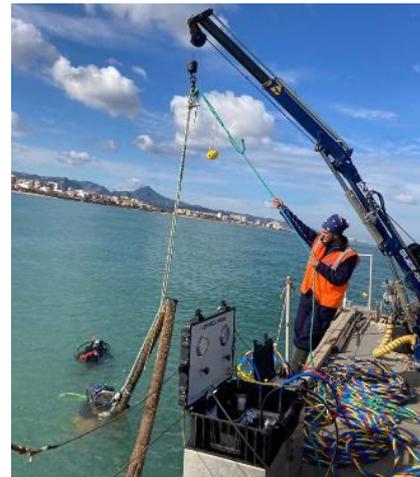


Suministro e instalación de 40 redes estructurales prefabricadas y desmontables para playas de la Comunitat Valenciana, puesto que estas se consideran un elemento característico de nuestras playas y da la oportunidad de ampliar la oferta de las áreas lúdicas de las playas. Esta licitación fue objeto de recurso por parte de otro licitador, el TARC se pronunció después de la temporada estival, por lo que el contrato se formalizó en septiembre de 2021. Durante la ejecución del mismo se ha producido la crisis en el suministro de las materias primas necesarias para la fabricación de las cuerdas que conforman las redes estructurales. En estos momentos la empresa contratista ha solicitado y se ha aceptado una ampliación del plazo de ejecución del mencionado contrato.

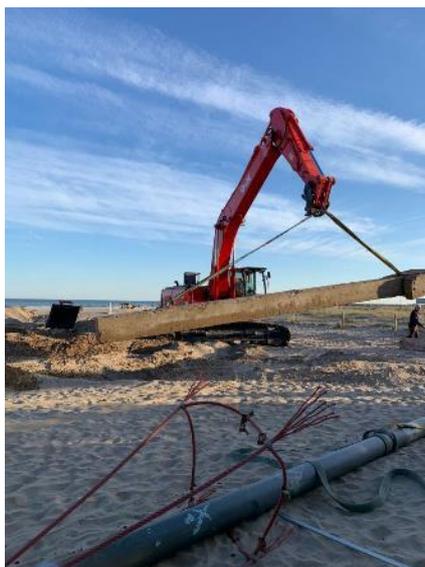
Obra de “Canalización de tubería para agua tratada de mar con tubería de polietileno de diámetros varios, incluso excavación, tapado y piezas especiales en las playas de los municipios de **Dénia** en la provincia de Alicante y **Oliva, Piles, Mareny de Barraquetes, Sueca y El Perelló**, en la provincia de Valencia”. Esta actuación tiene como objetivo mantener y mejorar la oferta turística de los municipios, sustituyendo la canalización dañada por los fenómenos costeros acaecidos en los meses de enero y marzo de 2021 y que causaron daños en las mencionadas canalizaciones, cuidando así el equipamiento de la infraestructura higiénica para la temporada estival del 2021.



“Extracción y retirada de canalizaciones de polietileno de agua tratada de mar sumergidas en el fondo marino de la lámina de agua dentro de la delimitación de aguas de baño en **seis ubicaciones diferentes** frente al litoral de varios municipios en la Provincia de Valencia”. Esta actuación evita daños en los usuarios y posibles daños en embarcaciones con la consiguiente afección a las hélices y motores de las embarcaciones de recreo. Además de mantener y mejorar la oferta turística de los municipios en lo que repercute.



Desmontaje y traslado del juego “corocord” ubicado en la playa del municipio de Sagunto y posterior instalación en la Playa Racó del municipio de Cullera; Traslado y reubicación del “área biosaludable” y basket playa en la zona norte de la misma playa del Puerto de Sagunto; Y traslado y reubicación de juegos de vóley playa y básquet en la playa de Meliana por quedar en zona dunar.



Además, se han realizado numerosas **bajas en el inventario de Turisme Comunitat Valenciana**, correspondiente a equipamiento litoral tanto higiénico como lúdico-deportivo, con tal de tener los datos actualizados, y saber al detalle la cantidad de cada tipo de elemento que se tiene a disposición y con el que se trabaja a lo largo de cada anualidad. De esta manera, se tiene un índice claro y se tiene en cuenta la falta de cualquier equipamiento o el exceso del mismo, con la finalidad de realizar los concursos pertinentes y dotar a cada una de las playas del litoral del equipamiento necesario según su situación y abastecimiento.

4.1.2. Estado general de las playas de la CV

Durante la época estival las playas han estado en todo momento atendidas por las correspondientes empresas adjudicatarias con un tiempo de respuesta de tres horas. En todo momento se ha tenido contacto entre Turisme Comunitat Valenciana, las empresas y los Ayuntamientos, en caso de peticiones, incidencias o comunicaciones rutinarias, por los que todas las playas de la Comunitat Valenciana han contado con la calidad que las distingue y la seguridad que se espera. Atendiendo en todo momento al suministro de infraestructuras según sus necesidades.

Por otro lado, existen consecuencias negativas, que a continuación se pasan a detallar, producidas por los temporales sobrevenidos en 2021:

14-16 Enero. Afectó a los municipios de Cullera, Mareny de Barraquetes, Oliva, Piles y El Campello (de la provincia de Valencia); Denia en la provincia de Alicante y Vinaròs en la provincia de Castellón. De manera general los daños fueron rotura de tuberías, tuberías al descubierto, desplazamientos de Lavapiés, daños de inundación y no funcionamiento de las estaciones de bombeo

19-21 Marzo. Afectó a los municipios de El Perelló, Sueca, Mareny de Barraquetes y Tavernes de la Vallidigna (todos situados en la provincia de Valencia). De manera general, los daños fueron rotura del servicio de lavapiés debido a su desplazamiento y rotura de tuberías, poniéndolas al descubrimiento y ocasionando problemas a los usuarios y a las máquinas de limpieza.

29- 30 Agosto. Afectó de manera general a la provincia de Castellón y norte de la provincia de Valencia y los más afectados fueron los municipios de Vinaròs, Benicàssim (Castellón) y Sagunto (Valencia). Todos los daños fueron revisados y reparados con tal de reestablecer el servicio lo más pronto posible y ofrecer a los usuarios unas condiciones óptimas y la máxima seguridad posible; a falta de unos lavapiés en Sagunto, puesto que se necesitaba aporte de área para su instalación y no se pudo habilitar por falta de recursos materiales (la arena).

En rasgos generales los daños causados por este temporal fueron inundaciones en las estaciones de bombeo, desplazamiento de cimentaciones de lavapiés, duchas, papelera, etc y desperfectos notables en la infraestructura lúdica- deportiva y arrastres de arena.

9-14 Noviembre. Se recogió documentación respecto a los daños causados en el municipio de Piles (Valencia) y otros pendientes de informar daños definitivos, en el cual se observa el desplazamiento y descubrimiento de tuberías y problemas de conexión con los Lavapiés por incidencias de la Borrasca “Blas”.

22-24 Noviembre. Tras recibir las incidencias de los daños producidos por la DANA temporal “Celia” en el litoral de la Comunitat Valenciana, desde este Servicio de Infraestructuras, se han recopilado todas las peticiones por parte de los Ayuntamientos de los municipios del litoral de la Comunitat Valenciana con tal de tenerlas en cuenta en 2022 cuando las empresas adjudicatarias del Expte 22/20 comiencen de nuevo sus servicios de mantenimiento y reparación en las playas y puedan trabajar con eficiencia y eficacia y realizar la puesta a punto de las playas de la Comunitat Valenciana.

4.2. INFRAESTRUCTURAS EN LOS EDIFICIOS DE TURISME

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 centros dependientes de Turisme sigan siendo un referente del sector turístico, manteniendo las condiciones de seguridad.

Actualmente la Red de Centros de Turisme (CdT's) consta de los centros de Morella, Castellón, Valencia, Gandía, Denia, Benidorm, Alicante y Torrevieja, siendo edificios destinados a la formación del Sector Turístico con diferente antigüedad, lo que exige un esfuerzo para mantener los edificios y sus instalaciones en condiciones óptimas de seguridad.

CdT de Torrevieja: De la obra de sustitución de la envolvente (fachadas y cubierta), se han realizado distintas actuaciones relacionadas con el sellado de los elementos que conforman la cubierta del salón de actos debido a constantes entradas de agua a través de la misma. Asimismo, en este centro se contrató, mediante contrato menor de obra, la limpieza, reparación y sellado del canalón existente en la cubierta del salón de actos del edificio.

También se ha intervenido en el sistema de detección y transmisión de incendios del CdT de Torrevieja ya que disponía de una centralita de incendios que debido al tiempo pasado y a averías recurrentes, ha requerido la actualización de la centralita de incendios por un sistema compatible con los buses específicos para mantener los sistemas de detección, extinción y alarma existentes.

CdT de Denia: Se ha intervenido en la reparación de la celosía de ocultación existente en la cubierta del CdT, como consecuencia de los daños ocurridos por la DANA de septiembre de 2019 y que, tras una primera intervención de emergencia, quedó pendiente de resolver.

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 2021 se ha redactado el proyecto modificado del edificio, aprobándose el mismo en el mes de agosto de 2021. Las obras han seguido su curso y está previsto que finalicen en 2022.

4.2.3. Nuevo CdT en Benidorm

El Ayuntamiento de Benidorm cedió a Turisme Comunitat Valenciana, mediante mutación demanial, una parcela de 5.320 m² situada en la partida Salto de Agua, para que sea destinada a Centro de Turismo.

Dicha parcela es colindante con la que ocupa actualmente el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (INVAT.TUR). En 2021, la Consellería de Hacienda y Modelo Económico, aceptó la cesión gratuita, mediante mutación demanial, efectuada por el Ayuntamiento de Benidorm a favor de la Generalitat Valenciana, de la parcela citada en el párrafo anterior. Durante el 2021 desde el Servicio de Infraestructuras Turísticas se ha contratado el levantamiento topográfico tanto de la parcela que ocupa el Invat.tur como de la parcela que debe ocupar el nuevo CdT, así como la parcela resultante conjunta. Asimismo, la Dirección General de está realizando la agrupación registral de ambas fincas con el fin de obtener una única parcela que sea edificable y permita construir el nuevo CdT de Benidorm.

4.2.4. Instalaciones del Complejo industrial de Fábrica de Giner en Morella

El complejo Fabrica de Giner en Morella es un conjunto arquitectónico único 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.

Obra de Urbanización del Complejo “Fábrica de Giner”: Desde finales de 2020 hasta junio de 2021, se realizó la obra de urbanización del complejo Fabrica de Giner, la cual ha consistido en la realización de las redes de acometida de agua para dar servicio de agua potable a los diferentes inmuebles, realizar las redes de saneamiento muy deterioradas por el paso del tiempo y la reconstrucción de la Estación Depuradora de Aguas Residuales “EDAR” e iluminación de parte de la parcela, así como la demolición de un inmueble en ruina y la reconstrucción de otro. Simultáneamente a la conclusión de las obras se ha realizado el conexionado a la red general procedente de la compañía suministradora.



Instalación de Bombeo Contra Incendios del Complejo “Fábrica de Giner”: Se ha realizado la contratación a finales de 2021 de un estudio de adecuación normativa respecto a la instalación de Bombeo que da servicio a la red de hidrantes y a los edificios con sistemas de mangueras “BIEs” como el Albergue y el Hotel-escuela. Del informe realizado se concluye con actuaciones de mejora previstas para su ejecución durante la anualidad 2022.

CdT de Morella – Hotel Escuela y Aularios: Durante el 2021 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, entrando los mismos en la garantía de la obra.

Nave del Tinte: Tras la obra de restauración de la Nave del Tinte y de la Nave de Telares durante la anualidad 2018, la Nave del Tinte ha tenido recurrentes problemas de entradas de agua por la cubierta, que la empresa constructora ha ido asumiendo a cargo de la garantía de la obra.

No obstante, y dado que ello no resolvía por completo el problema, debido a las diferencias de temperatura entre el día y la noche que se dan en Morella, provocando este aspecto fisuras en el material y consecuentemente punto de entrada de agua, se optó en 2021 por aplicar un nuevo sistema de impermeabilización en la cubierta de bóvedas. El sistema empleado a base de una malla textil y una pintura bituminosa, de momento y tras pasar los meses de noviembre, diciembre, está funcionando perfectamente.



Encomienda de gestión con el Ayuntamiento de Morella: El 24 de julio de 2017 se firmó un Convenio Marco entre el Ayuntamiento de Morella y Turisme Comunitat Valenciana que ampara la encomienda al Ayuntamiento de Morella para la gestión del mantenimiento y conservación de la parcela, inmuebles y sus instalaciones, existentes en el complejo Fabrica de Giner, que están a cargo de Turisme, suscribiéndose el convenio específico para la anualidad de 2021 en julio.

4.2.5. Otras actuaciones, obras y convenios.

Centro de día del Azud de Tuejar: El restaurante del “centro de día” del Azud de Tuejar es un inmueble destinado a la restauración de titularidad de Turisme. Tras años de explotación por terceros, y por el tiempo transcurrido, el inmueble requiere de una rehabilitación importante, por lo que tras conversaciones con el ayuntamiento de Tuejar, a finales de 2019 se recibió la solicitud de la corporación municipal donde manifiesta su interés para la adecuación del inmueble como restaurante, lo que motivó la realización de un proyecto de rehabilitación en 2020. En 2021 se ha facilitado el proyecto al Ayuntamiento y modificado varios aspectos propuestos para mejor funcionalidad. Se está pendiente de la “Supervisión del Proyecto” como requisito obligatorio establecido en la Ley de Contratos Sector Público (LCSP) antes de su licitación pública, prevista para 2022.

Convenios específicos de obras con Ribaroja del Turia y Vallibona para la creación y adecuación de recursos turísticos Cap VII de inversión: Durante la anualidad 2021 se ha colaborado con otros Servicios al prever su ejecución como obra, en referencia a 2 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 2 convenios se han justificado a finales de 2021.

Convenios específicos con Requena y Alcoy: El proyecto a ejecutar en Alcoi se realizó durante el año 2020. No obstante, y tras haberse presentado en la Oficina de Gestión Inmobiliaria de la Conselleria de Hacienda, para su supervisión durante el 2021, no se ha recibido aun informe favorable al mismo. Actualmente la obra se encuentra en licitación, realizada esta por el Ayuntamiento de Alcoi.

El edificio de Requena donde debe realizarse la rehabilitación para acoger al CdT de interior de la provincia de Valencia, la Casa de los Pedrón, se encuentra dentro del radio de afección del entorno BIC de la Iglesia de El Salvador, por lo que a finales de 2021 la Conselleria de Cultura ha dado el visto bueno al proyecto condicionado a la presencia de un Arqueólogo durante el proceso de ejecución de la obra.

Señalización SISTHO: Tras la inclusión 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 los 8 recursos/destinos junto con Vinaròs que, aunque ya estaba en el catálogo SISTHO, solicitaba nueva señalización por nuevas variantes.

El proyecto fue iniciado en 2020, finalizó a mediados del 2021, lo que ha supuesto la solicitud de autorización a "Carreteras del Estado", requiriendo varios ajustes del proyecto, lo que ha supuesto una nueva presentación a finales de 2021, estando a la espera de la preceptiva autorización antes de proceder en el 2022 a la licitación correspondiente de la obra de señalización.

4.3. ASESORAMIENTO E INFORMES PRECEPTIVOS

4.3.1. Asesoramiento

En 2021 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 Torreveja) que disponen de gas natural canalizado: Se participó en la elaboración de la documentación técnica para la licitación de GN desde junio de 2020, contribuyendo durante el 2021 a resolver las consultas técnicas que se han formulado desde otros Servicios.

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

4.3.2. 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
- Durante 2021 se ha emitido un informe, a petición de la Consellería d'Agricultura, Desenvolupament Rural, Emergència Climàtica i Transició Ecològica, competente en materia de vertidos al mar y otras actuaciones que pudieran tener impacto turístico en la Comunitat Valenciana.
- Informes para la solicitud de autorización a los Servicios Provinciales de Costas para la reinstalación de la infraestructura turística y lúdico-deportiva de Turisme CV instalada en las playas de la Comunitat Valenciana.

- Durante el 2021 se emitieron 210 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 dirigida preferentemente a desempleados
- formación dirigida preferentemente a personal en activo

Las cifras totales para el 2021 en cada una de estas líneas de formación fueron las siguientes:

	PREFERENTEMENTE EMPLEADOS	PREFERENTEMENTE DESEMPLEADOS	TOTAL
Nº de cursos	368	216	598
Nº de participantes	6282	3.079	9.667
Horas de formación	4.530	28.943,5	33.587

Por provincias, la actividad formativa se distribuyó como sigue:

	CASTELLÓN	ALICANTE	VALENCIA	TOTAL
Nº de cursos	93	315	111	5.19
Nº de participantes	1.216	4.300	1.453	6.969
Horas de formación	4.328	19.625	8.545	32.498

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. 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 2021 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.

En 2022, en la Red de Centros se realizaron 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 LABORA 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.

De esta forma y como resultado durante 2021, se ofertó prácticamente todo el catálogo de certificados de profesionalidad, siendo 173 los cursos de formación profesional para el empleo impartidos presencialmente, con 2.126 participantes y 28.613 horas de formación. Además, se realizaron 27 cursos online para desempleados, con 683 alumnos y 736 horas de formación. Esto resume los 200 cursos dirigidos a desempleados, con 2.089 alumnos en total y un total 29.349 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.

En 2021, la Red de centros ha mantenido y consolidado su apuesta por el turismo de interior. Un claro ejemplo es el inicio de actividad en el *Centro de Turismo de Morella-Els Ports*, ya finalizadas 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. Se trata de una residencia escuela, que se encuentra en un entorno natural, dotado de las más modernas instalaciones.

A su vez, *Centro de Turismo de Interior y de Innovación de Alcoy* posibilitará 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. Durante 2021 ha proseguido 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, surge 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, siendo éstas el 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 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. De igual modo, 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 contará con aulas de cocina, de cata y repostería. Se tratará del primer CdT de interior en la provincia de Valencia.

Por otra parte, 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.

Esta actividad presencial se ha visto mermada por la incidencia del Covid'19, habiendo un esfuerzo por parte de las mancomunidades de interior por intentar proseguir con una cierta actividad presencial siempre que era posible. 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 **CdT's de Interior** se resume en la siguiente tabla.

	CASTELLÓN	VALENCIA	TOTAL
Cursos	12	8	20
Horas	263	70	333
Alumnos	120	86	206

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 sobre patrimonio geológico, turismo de la naturaleza, turismo familiar, etc.; con una gran aceptación, y que han podido ser ejemplo de continuidad en este tipo de formación.

5.3. LA IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN ONLINE ANTE EL COVID'19

Ante la situación extraordinaria debida al COVID-19, la Red de Centros ha apostado por volcar todos sus recursos técnicos y humanos del Área de Formación en la coordinación y desarrollo de la Formación ON LINE, ampliando considerablemente el número de acciones formativas, desarrolladas por todos y cada uno de los centros, utilizando todo tipo de plataformas online, además de la habitual de la Generalitat, para organización de un gran número de acciones formativas que ha logrado superar, en número de alumnos y horas, al año anterior.

	CURSOS	HORAS	PARTICIPANTES
Formación online en la Red de CdT's	184	2.319	4.811

Campañas de cursos técnicos específicos

El compromiso de la Red de Centros con el sector turístico ante las circunstancias excepcionales en el marco del Covid'19 y la aceleración de la transformación digital tanto en el marco empresarial como social, han sido los detonantes para la realización de una campaña de formación, compuesta de acciones formativas tanto de carácter online como presencial, dirigidas a informar y dotar de herramientas necesarias al empresario turístico para adaptarse a la transformación digital en la que nos vemos inmersos.



Curso Transformación Digital para el Sector Turístico

2ª SESION:
30 DE NOVIEMBRE
ONLINE 10.00h a 14.00h
<http://www.cdt.gva.es/curso/?curso=ON08121&cdt=8>

3ª SESION:
14 DE DICIEMBRE
PRESENCIAL CDT VALENCIA
10.00h a 14.00h
<http://www.cdt.gva.es/curso/?curso=FN04611&cdt=1>

CdIT

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 INVAT.TUR se han materializado en 2021 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, alcanzándose en 2021 4.798 usuarios, de los cuales 4.434 son alumnos demandantes de empleo y 364 empresas que publicaron 61 ofertas de empleo. De igual modo, el apoyo a iniciativas de promoción y difusión ha permitido la presencia activa de la Red CdT y su implicación en la economía turística 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, al fin, 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. Asimismo, las jornadas gastronómicas, jornadas de puertas abiertas y eventos similares constituyen algunas de las iniciativas desarrolladas durante 2021, dirigidas a los diversos colectivos sociales, con la finalidad de dar a conocer la labor que desarrollan los CdT a favor de la educación y concienciación en materia turística.

5.5 ACCIONES DE INNOVACIÓN TURÍSTICA – INVAT·TUR

El Covid’19 ha tenido unas repercusiones sobre el turismo sin precedentes, y la incertidumbre sobre la evolución de la pandemia plantea unos desafíos considerables para afrontar su recuperación y mitigar los adversos efectos socioeconómicos. En el marco de esta crisis, la adopción de estrategias e iniciativas de innovación y digitalización han sido los valores sobre los que han pivotado las actividades y acciones emprendidas desde el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (INVAT.TUR)). Así, durante el año 2021 se han implementado diversas 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 de INVAT.TUR se han afianzado con los programas y actuaciones de la Oficina de Asistencia Técnica a Destinos Inteligentes de la Comunitat Valenciana (DTI-CV) como ente coordinador de proyectos de transformación de los destinos, y la consolidación de la Red DTI-CV, primera y única 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, facilitando así 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 **2021** 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 Elche, La Nucía, Alicante, Altea, Morella, Patronato Costa Blanca, Guardamar, Castellón, Sagunto, Oropesa, Alboraya, Teulada, Torrevieja, Finestrat, Xàtiva, Vinaròs, entre otros destinos.
- Actualización y mejora de la herramienta de autodiagnóstico DTI



DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES
COMUNITAT VALENCIANA

- Consolidación y ampliación de la Red de Destinos Inteligentes de la Comunitat Valenciana (Red DTI-CV), que cuenta ya con la adhesión de 94 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: Curso de Planificación y Gestión Inteligente de destinos turísticos organizado por Diputación de Valencia - València Turisme; Jornadas "Terra Innovadora" organizadas por la Federación Valenciana de Municipios y Provincias y la Dirección General de Innovación de la Generalitat Valenciana (Los destinos turísticos inteligentes); Reuniones y Comisión Plenaria de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes de Segittur; Jornada "Ventajas de los DTI para la economía local".
- 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: II Foro Iberoamericano de Turismo Sostenible #TuriSOS2021, Universidad de Málaga (participación en mesa sobre sostenibilidad y nuevas tecnologías), Congreso Internacional sobre datos abiertos y reutilización de la información al sector público, Foro Destinos Turísticos Seguros y Soluciones Tecnológicas (Alicante Plaza – INVAT.TUR), 4º Seminario de Ciudades y Destinos Inteligentes (Bello Horizonte).
- Curso "Fundamentos para la gestión de destinos turísticos inteligentes, formación presencial en CdT Morella.
- Actividades vinculadas al seguimiento del convenio específico para el apoyo de acciones referidas a DTI, suscrito con SEGITTUR.
- Continuación de las actuaciones vinculadas al Programa de formación en Transformación Digital para empresas y destinos turísticos.
- Curso "Fundamentos de Big data y aplicación para el turismo" *modalidad online*.
- Revisión y actualización del modelo DTI-CV: Estudio sobre marco teórico actualizado del modelo DTI-CV, que sirva de manual operativo para los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana.
- Estudio sobre adaptación de la metodología e indicadores del modelo DTI-CV al ámbito supramunicipal.

- Realización de un Manual sobre Accesibilidad online en destinos turísticos inteligentes.
- Redacción de ebooks sobre proyectos piloto desarrollados por empresas adheridas a la Red DTI-CV:
 - o Acercando emociones para entender al turista 2.0 -PHYGI/Quatechnion-
 - o Buenas Prácticas en Gestión Inteligente de Destinos Turísticos -Curie Platform DTI/ITOP-
 - o Una nueva forma de disfrutar los destinos -Gymkana Digital-
 - o Buenas prácticas en Gestión Inteligente de Destinos Turísticos -Marketing de influencers aplicado a destinos/Brand Manic-



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 Comunitat Valenciana a las tendencias del mercado y evolución tecnológica en 2021 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 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, Estadístiques de Turisme, Estadísticas del INE.
 - o 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.

- o 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.
- o Colaboración con la patronal hotelera Hosbec en la plataforma Biontrend, 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 otra información.



- Renovación del sistema de vigilancia tecnológica especializado en materia de destinos inteligentes. INVAT.TUR fue 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 la publicación de boletines informativos donde se destaca la actividad del propio centro y los resultados obtenidos de los informes Smart Data Office, todo ello 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

diferentes 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 «Iniciativas orientadas a la resiliencia turística», elaborado por el Grupo de Centros Tecnológicos en Turismo del ITH del que Invat·tur forma parte, y en el que se exponen aquellas iniciativas y proyectos en los que los centros han trabajado a raíz de la grave crisis surgida por la Covid-19, con el objetivo de reactivar la industria turística.
- Participación en foros de intercambio de experiencias en vigilancia competitiva, III 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.
- Jornada Inteligencia Turística organizada por AECIT (Los datos en los DTI-CV, un sistema que los gobierne a todos)

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 2021 por el Invat·tur cabe destacar:

- Colaboración con ADESTIC, Clúster de Empresas Innovadoras para el Turismo de la Comunitat Valenciana, cuyo objetivo es la identificación, apoyo y promoción de empresas, profesionales y emprendedores/as vinculados a la innovación y digitalización turística.
- 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 en el desarrollo de actividades conjuntas enmarcadas en la Estrategia de Economía Circular en el Sector Turístico de la Comunitat Valenciana, proyecto que persigue potenciar la misma mediante la transferencia de resultados e incorporación de eco-innovaciones y acciones de economía circular, tanto de producto como de proceso o prácticas organizacionales.
- 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-
- 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 los procesos de revisión de diversas Normas UNE 178508 Modelo de aplicaciones (apps) de Destino Turístico para dispositivos móviles, 178507 Aplicaciones del wifi en playas.

- Participación en la presentación del Hub de Innovación Colaborativa Territorial organizado por el CEEI Elche, proyecto piloto para evaluar la oportunidad de creación de un Hub de Innovación Colaborativa constituidos por los Agentes de Desarrollo Territorial de la provincia de Alicante.
- Participación en la jornada organizada por la Red de Institutos Tecnológicos de la Comunitat Valenciana (REDIT) y la Conselleria de Innovación “Especialización inteligente de los territorios de la Comunidad Valenciana: una apuesta por la innovación. Claves para la especialización inteligente de los territorios” - Estrategia de Especialización Inteligente de la Comunitat Valenciana (S3).
- Coordinación del grupo de trabajo sectorial “Actividades Turísticas” de la Agenda Estratégica de I+D+i del Turismo 2021 de Thinktur, ITH y Ministerio de Ciencia e Innovación.
- Publicaciones en revistas y congresos científicos, tales como Estudios Turísticos, Journal of Regional Research, ROTUR así como la participación en eventos tecnológico-científicos, entre los que destacan:
 - Asamblea Anual de la Plataforma Tecnológica del Turismo- Thinktur, en el marco del “VIII Thinktur Technology Transfer” (participación en mesa sobre Inteligencia Artificial al servicio del turismo)
 - IV Congreso Internacional de Tecnología y Turismo para la Diversidad (Fundación ONCE, OMT, ENAT) online
 - I Foro de Conectividad Costa Blanca
 - Hotel Tech Summit Benidorm: cuando tecnología y recuperación turística van de la mano
 - Greencities 2021, Foro de Inteligencia y Sostenibilidad Urbana (Málaga)
 - Tourism Innovation Summit (Sevilla)
 - Datathon "Retos en el mundo postcovid 2021"
 - Big Data & AI World Madrid: cómo el Big Data y la Inteligencia Artificial nos ayuda en turismo. El caso de la Comunitat Valenciana.
 - Fiturtechy (mesa debate “La cultura del dato como medio para tomar las mejores decisiones”)

- Jornada online “Nuevas oportunidades en el sector turístico y en las ICCs en el contexto actual”, Thinktur y eNEM (Plataforma de Tecnologías Multimedia y Contenidos Digitales)
- I Congreso de Ciudades Inteligentes y Big Data (Alcoy), organiza Distrito Digital (“Los datos en los DTI-CV”).
- Participación en las jornadas sobre “Sostenibilidad hotelera y responsabilidad social” organizadas por la Cátedra de Estudios Turísticos ‘Pedro Zaragoza Orts’

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. Entre las acciones desarrolladas en 2021 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.
- Aula de cocina tecnológica “En busca de la sala mediterránea: segunda parte” impartida en CdT Denia.
- Aula de cocina tecnológica “Salud y Territorio: cómo comerse el paisaje, preservando la salud”, con el objetivo de transmitir, concienciar, formas de cocinar con salud sin renunciar al placer, impartida en la Universidad de Alicante.
- Participación en el Focus Group del proyecto “Cadena de valores del Turismo Gastronómico en la CV”. Impulsado por L’Exquisit Mediterrani (Red CdT) y 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.

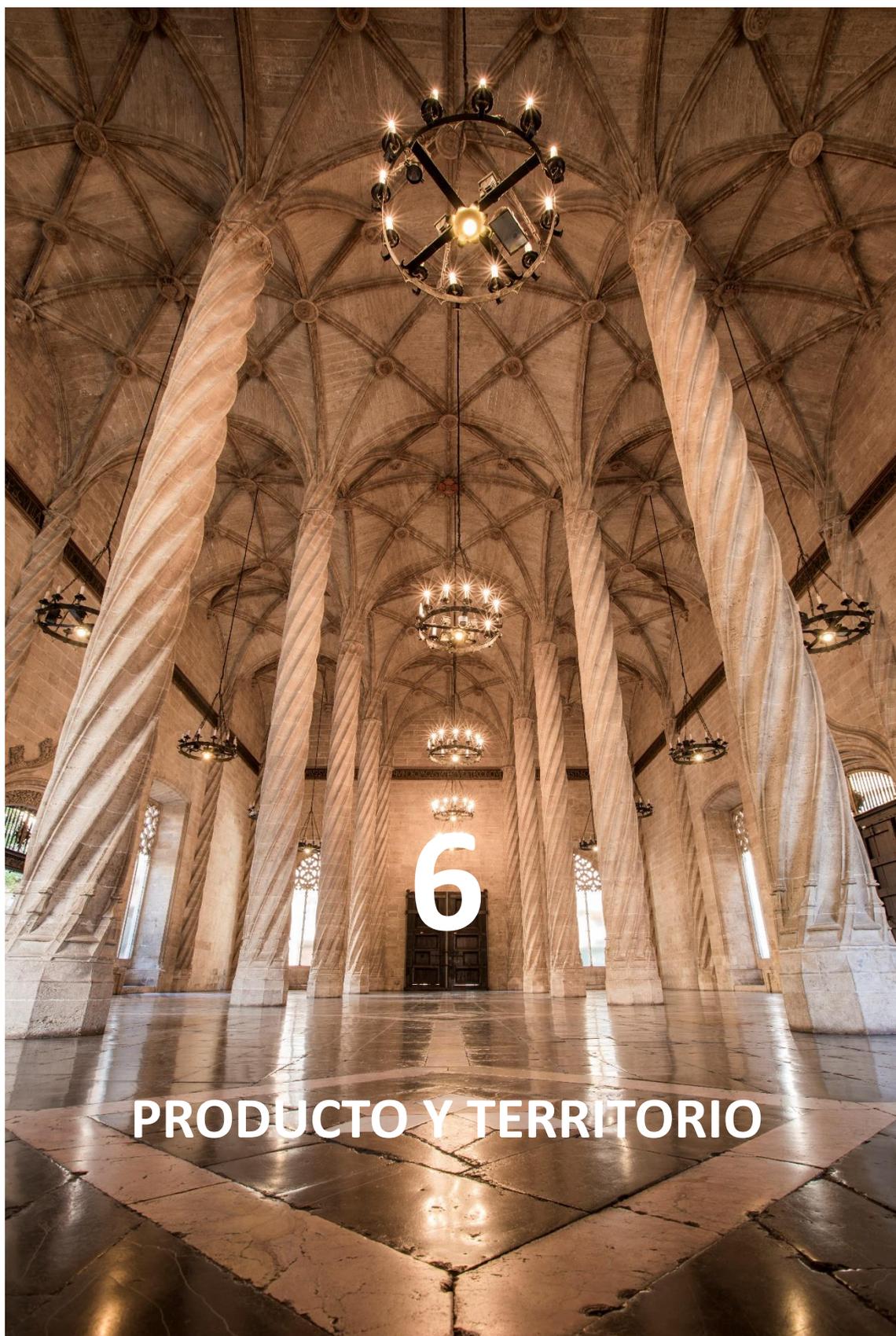
Entre las acciones desarrolladas en 2021 en este ámbito destacan:

- Difusión de la actividad del INVAT.TUR en foros y jornadas a través de las universidades valencianas, así como el establecimiento de protocolos de colaboración con agentes turísticos.
- Jornadas y Webinars Data Driven:
 - Cómo escalar tu compañía a través de los datos, con Mario Catalán, CDO de Zeus
 - El reto de la comercialización turística de los destinos, con Kevin Salvador
 - El verano en #Datos
- Jornadas y Webinars DTI CV:
 - Presentación y networking ADESTIC.
 - Aspectos clave sobre el autodiagnóstico y la metodología de planificación DTI-CV, Optimiza Data.
 - Soluciones tecnológicas para destinos turísticos, con Distrito Digital.
 - Jornadas Fondos Next Generation: oportunidades para empresas y destinos turísticos, ADESTIC.
- Jornadas y webinars para la adaptación del sector turístico al cambio climático:
 - Jornada técnica “La sostenibilidad turística como vector para la recuperación: retos y tendencias”
 - El factor de la segmentación en la sostenibilidad turística: early adopters, Pax Consulting
 - La comunicación efectiva de la sostenibilidad, Pax Consulting
 - Cómo adaptar un destino turístico al cambio climático: medidas y herramientas (ediciones en Benidorm, Valencia y Castellón)
- Talleres de transformación digital:
 - Webinar: Cómo implantar metodologías ágiles en las organizaciones turísticas
 - Webinar: Inteligencia Artificial en el sector turístico: ¿cuáles son los principales retos para el sector hotelero?
 - Sesión de trabajo sobre Inbound Marketing, con Good Rebels (sesiones en Elche y Alcoy).
 - ¿Cómo construir una cultura digital en tiempos de COVID?, Good Rebels.

- Presentación de la guía Casos de Uso de Inteligencia Artificial y Ética en el sector turístico y publicaciones de resultados y conclusiones en jornadas y proyectos.
- Participación en programas formativos especializados:
 - 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
- Potenciación de la presencia del Invat-tur en medios de comunicación generalistas y especializados, así como en seminarios, jornadas y talleres.

INVAT·TUR 2021 EN CIFRAS

PERÍODO	ACTIVIDADES	Nº HORAS	ASISTENTES	ASISTENTES ON LINE
Enero	25	35	0	266
Febrero	46	57	17	325
Marzo	48	117	196	551
Abril	45	90	150	747
Mayo	51	99	350	803
Junio	51	94	236	786
Julio	38	67	132	300
Agosto	1	2	0	3
Septiembre	34	65	134	528
Octubre	28	97	224	164
Noviembre	42	42	200	1.126
Diciembre	18	22	237	276
TOTAL	427		1.876	5.875



PRODUCTO Y TERRITORIO

Turisme CV 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 durante 2021 se dio continuidad a la estrategia CreaTurisme así como al desarrollo 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. 2021 ha sido un año especial por la pandemia que ha provocado vaivenes a lo largo de todo el año en función de la situación epidemiológica, con un inicio de año complicado por la alta incidencia y las sucesivas olas a lo largo del año. También la vacunación ha tenido una incidencia alta en la evolución de la pandemia y en sus efectos sobre el sector turístico. En estas circunstancias las actividades han evolucionado entre acciones online y presenciales, dedicando esfuerzos tanto en incrementar nuestra visibilidad online y en estrechar el contacto con el sector, como en numerosas acciones presenciales, tanto en ferias como en otras acciones promocionales. Entre las novedades desarrolladas en 2021 cabe destacar las acciones vinculadas al programa Bono Viaje de la Comunitat Valenciana, programa, que surge con el objetivo de ayudar al sector en la temporada baja y supuso una oportunidad de impulsar los objetivos de CreaTurisme, pues ha permitido incrementar su conocimiento entre agencias de viajes y empresas proveedoras de servicios y actividades turísticas.

6.1. CREATURISME: ACTUACIONES CONJUNTAS Y POR PRODUCTO

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 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 2021 se realizaron las siguientes acciones:

- **Adhesión de empresas CreaTurisme:** durante el año 2021 se formalizaron un total de 446 adhesiones al programa CreaTurisme, que alcanzó las 1.010 entidades adheridas (1.277 adhesiones). Por línea de trabajo se formalizaron 164 adhesiones a Mediterráneo Activo, 217 a Mediterráneo Cultural y 65 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 2021 se produjeron y remitieron un número 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 numerosas iniciativas y acciones promocionales realizadas.
- **Programa Bonoviaje Comunitat Valenciana:** con el fin de obtener los máximos resultados de este programa se preparó un plan de acción que incluyó la formación a las empresas creaturisme, la organización y edición de un catálogo de experiencias adaptadas al programa y acciones de comunicación con las agencias de viajes para dar a conocer este catálogo. Se consiguieron distribuir más de 500 catálogos entre AAVV con más de 150 propuestas experienciales de la Comunitat Valenciana. En esta acción se contó con la colaboración de AEVAV, tanto en la convocatoria como en la difusión del catálogo y se organizó un workshop online el 7 de abril con una herramienta contratada al efecto.
- **Spain Specialist:** se preparó la documentación para el programa de Especialistas en España de Turespaña, que consiste en la creación de contenidos en formato curso sobre los destinos para agentes internacionales.
- **Colaboración planes de gobernanza:** se realizaron acciones dirigidas a los planes de gobernanza para dar a conocer la estrategia CreaTurisme. Webinar de presentación a todos los planes, reuniones conjuntas y participación en una jornada en el Alt Maestrat.



- **Formación en producto de la Red Tourist Info.** Organización de jornadas formativas a la Red Tourist Info dedicadas a diferentes productos. En función de la disponibilidad de fechas y posibilidades en 2021 se organizaron las dedicadas a Birding, Agroturismo y Enoturismo. En los tres casos en las jornadas participaron más de 100 oficinas de la red.
- **Workshops producto:**
 - Presentaciones y Workshops online entre empresas CreaTurisme y AAVV en colaboración con AEVAV: en el marco de la estrategia de apoyo a la comercialización y diferenciación de la oferta turística valenciana, se organizaron un conjunto de workshops online en el mes de junio donde se dio a conocer a las agencias de viajes la variedad y calidad de los productos turísticos impulsados desde CreaTurisme. Se realizó en tres jornadas, cada una de ellas dedicada a una línea de producto. Previamente y vía webinar se comunicó y promocionó la celebración de estas acciones.



- Workshop Mostra de Turisme: Este workshop tuvo un formato diferente pues Turisme Comunitat Valenciana invitó a un grupo de agencias de viajes y operadores a conocer la Comunitat Valenciana y la Mostra de Turisme. El día antes de la Mostra se organizó este workshop en el CdT de Valencia en formato de reuniones rápidas y concertadas. En conjunto a lo largo de las dos horas del evento se producen cerca de 300 reuniones.
- Workshop Intur B2B Valladolid: participación de CreaTurisme en el workshop B2B organizado por Intur previamente a los días de feria, entrevista con diferentes operadores para presentarles catálogo B2B y otros materiales.
- Workshop Comunitat Valenciana en Aratur: como acción conjunta Promoción-Producto-Cdt se organizó un gran workshop en Zaragoza para dar a conocer la oferta gastronómica y experiencial de la Comunitat Valenciana a las agencias de viajes de Aragón.

- Roadshow Italia: En el mes de noviembre se asitió al Roadshow organizado por Turespaña en cuatro ciudades italianas dando a conocer la oferta experiencial de la Comunitat Valenciana.
- Workshop networking CreaTurisme: En diciembre se organizó en Veles i Vents de Valencia un workshop-networking para empresas CreaTurisme. Donde se programaron reuniones rápidas entre todos los participantes.



- **Asistencia a ferias generalistas:**
 - 2021 ha sido la sexta participación de Creaturisme en *Fitur* (19-23 mayo, Madrid), aunque dada la situación de la pandemia la feria estuvo lejos de los resultados de otras ediciones. 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 50 empresas del sector. Todo el material se llevó en formatos digitales para su acceso vía códigos QR.
 - En 2021 se celebró la tercera edición de la Mostra de Turisme de la Comunitat Valenciana en l’Hemisfèric de València. Esta edición celebrada en el mes de octubre contó con la participación de más de 100 expositores y supuso un considerable éxito dada la situación de la pandemia y las limitaciones que esta circunstancia imponía.



6.1.1 Experiencias CV

En 2021 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 2021. También se realizó a final de año un proceso de revisión y actualización de ofertas para 2022. 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. Las experiencias cargadas en esta plataforma también se publican en el portal turístico de la Comunitat Valenciana.

 <p>¡Pinta en seda con tu familia o... RUTA DE LA SEDA</p> <p>¿Sabías que la industria sedera en València fue tan importante que la Academia de Bellas Artes tuvo una especialidad en Flores y...</p> <p>★★★★★ 9 valor 40€</p>	 <p>València en seda: paisaje y herenci... RUTA DE LA SEDA</p> <p>Entre otros testimonios de un pasado digno de memoria, visitaremos el barrio valenciano de Velluters (terciopeleros)...</p> <p>★★★★★ 6 valor 20€</p>	 <p>La Ruta de la Seda en València RUTA DE LA SEDA</p> <p>La historia de València está muy relacionada con la seda, desde las moreras para la cría del gusano de seda hasta los talleres artesanales...</p> <p>★★★★★ 4 valor 13€</p>	 <p>¡Ruta de la Seda en vivo! RUTA DE LA SEDA</p> <p>Descubre con nosotros todos los secretos referentes a la seda de la mano de profesionales, ¡no te lo pierdas!...</p> <p>★★★★★ 6 valor 59€</p>
--	--	---	--

Material offline: Durante 2021 se ha continuado con la distribución de los catálogos de experiencias del 2020 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



También en 2021 se ha editado y publicado un folleto dedicado al cineasta valenciano Berlanga y el centenario de su nacimiento. En esta publicación se repasan con una mirada turística todos los lugares de la Comunitat Valenciana donde se rodaron sus películas y series.

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 780 experiencias actualizadas para 2022 a 31 de diciembre de 2021, lo que supone un incremento de más de 300 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
- App móvil para dispositivos Android e IOS.

La plataforma web recibió en 2021 más de 74.000 visitas, lo que supone un incremento de más del 85% con respecto a 2020. Cada visita ha visto una media de 2.2 ofertas, lo que supone que en total se han visto un 25% más de ofertas. Mas del 65% de las visitas provenían de tráfico directo, el 15% de la búsqueda orgánica y el 14% de referentes.

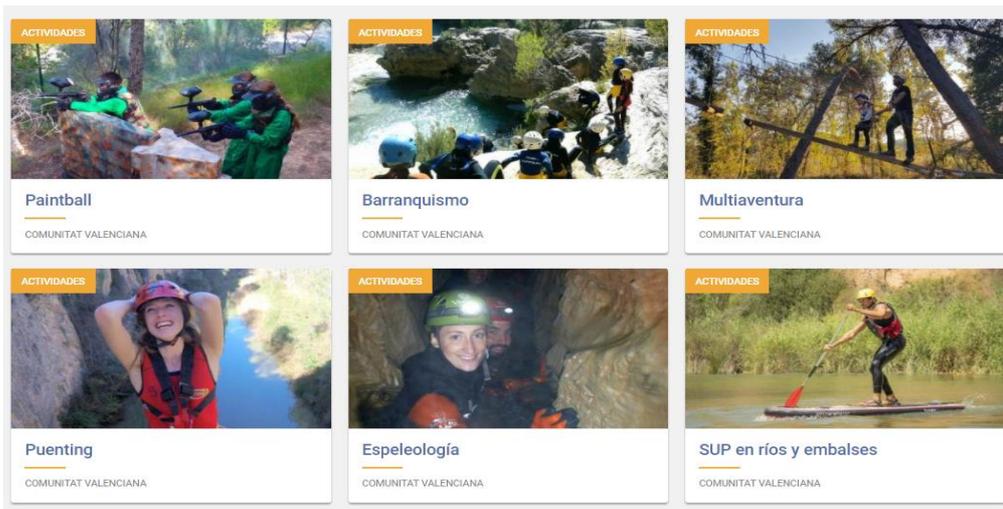
A estos datos habría que sumar las visitas a experiencias en el portal turístico. La app nativa acumula más de 10.000 instalaciones en Android y otras tantas en IOS. Experienciascv.es ha sumado 398.000 impresiones en las páginas de búsqueda de Google con casi 10.000 clicks.

En cuanto a las preferencias de los usuarios destacan en 2021 el enoturismo, el turismo activo, el ecoturismo y el turismo cultural. Las experiencias más exitosas han sido la cueva de los peces en kayak con más de 2.500 visitas.

Microsites de producto: Durante 2021 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 2021 se ha trabajado en la mejora de los contenidos y en el funcionamiento general de la aplicación. Entre los cambios que se han implementado este año caber destacar el uso de una slider en la cabecera, que permite mostrar distintos recursos de forma muy destacada y la separación de recursos entre los menús de descubre y viaja y otras mejoras. También se ha implementado la sección de descargas y se está trabajando en la implementación de un buscador en cada microsite.



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 2021 se han mantenido activas 15 microsites:

- www.ruta-seda.comunitatvalenciana.com
- www.borgia.comunitatvalenciana.com
- www.ruta-grial.comunitatvalenciana.com
- www.caminsdedinosaures.com
- www.agroturismo.comunitatvalenciana.com
- www.birding.comunitatvalenciana.com
- www.ecoturismo.comunitatvalenciana.com
- www.enoturismo.comunitatvalenciana.com
- www.activo.comunitatvalenciana.com
- www.buceo.comunitatvalenciana.com
- www.cicloturismo.comunitatvalenciana.com
- www.oliveresmillenaries.com (en colaboración con Cataluña y la Mancomunitat Taula del Sénia).
- www.nautica.comunitatvalenciana.com
- www.artcontemporaneo.comunitatvalenciana.com

- www.learningspanish.comunitatvalenciana.com

Y también se han publicado una nueva microsite:

www.turismodeportivo.comunitatvalenciana.com

Asimismo, se mantiene la 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.

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 2021 la red de microsites ha recibido un total de 87.750 visitas (que suponen un incremento del 63% con respecto a 2020), con 2,15 páginas por sesión y una tasa de rebote del 58%. Más del 70% de las visitas provienen de búsqueda orgánica y un 7% de referentes. La duración de la sesión es de dos minutos y los microsites más visitados han sido:

- [CreaTurisme con cerca de 13.000 visitas](#)
- [Birding con más de 8.800 visitas](#)
- [Cicloturismo con más de 7.200 visitas](#)
- [Ruta del Grial con casi 6.200 visitas](#)
- [Ruta de la Seda con 5.900 visitas](#)
- [Camins de dinosaures con 5.850 visitas](#)
- [Enoturismo con 5.800 visitas](#)

En total, durante 2021 se ha visto más de 187.000 páginas de los citados microsites.



6.1.2. Mediterráneo Activo/Deportivo

Náutica y buceo. Entre las acciones desarrolladas en 2021 destacan:

Asistencia a Ferias especializadas

- *Valencia Boat Show* (del 28 octubre al 1 de noviembre, Valencia). Presencia en esta feria con un stand dedicado a la promoción del turismo náutico en la Comunitat Valenciana. Turisme coordinó la presencia de empresas especializadas 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.



Presentaciones del producto

- Presentación online a operadores de mercados anglófonos del producto náutico de la Comunitat Valenciana. Acción realizada en colaboración con Turespaña y con la participación de las marcas turísticas de la Comunitat Valenciana.

Formación al sector

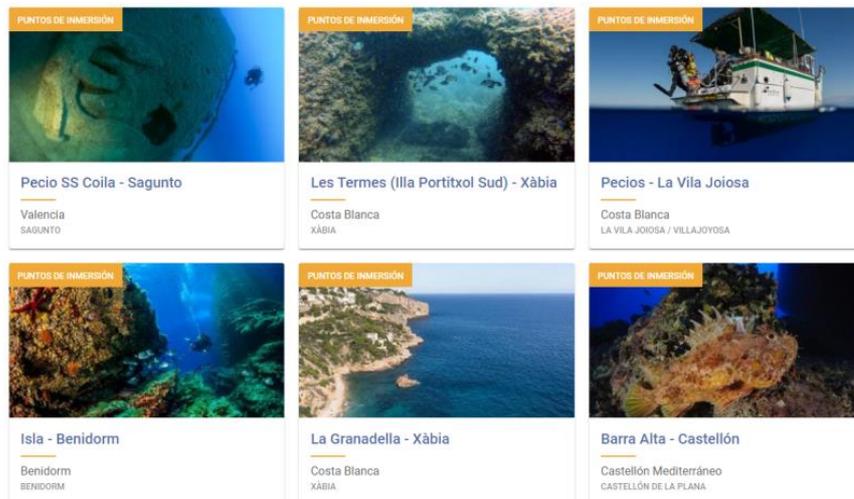
- Ponencia sobre buceo con el título Turismo bajo el mar en el Forum Turisme UV en el mes de septiembre.

Publicidad y publicaciones

- *Artículos de turismo náutico en revistas especializadas* (varias fechas): Preparación de contenidos para la publicación de artículos en revistas especializadas dentro de la campaña de comunicación de la Comunitat Valenciana.

Soportes para la promoción turística

- *Microsite www.nautica.comunitatvalenciana.com*: creación de nuevos contenidos en la web. Traducción al valenciano, inglés y francés. Está organizada en las siguientes secciones: Actividades, Instalaciones Náuticas, Zonas Litorales, Espacios Naturales Protegidos y Museos.
- *Generación contenidos para microsite*: creación de nuevos contenidos en la web www.buceo.comunitatvalenciana.com



Reuniones de coordinación

- *Grupo Técnico de Trabajo Actividades Náuticas Comunitat Valenciana*: 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 Generalitat (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.

Cicloturismo: Entre las acciones desarrolladas en 2021 destacan:

Asistencia a Ferias especializadas:

- *Fiets en Wandelbeurs* (Abril ONLINE). Debido a la pandemia, se participó de forma virtual 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.
- Participación en la jornada internacional de vías verdes, movilidad, ocio y turismo (30 septiembre-1 octubre). Turisme CV, coorganizó junto a la Consellería de Política Territorial, Obres Públiques i Mobilitat y La Fundación de los Ferrocarriles Españoles la Conferencia Internacional sobre Vías Verdes, movilidad, ocio y turismo.

Dicha cita se suma a la ceremonia de entrega de los 10ª Edición del Premio Europeo de Vías Verdes y posterior visita técnica a la Vía Verde de Ojos Negros, donde se dará a conocer los atractivos de la vía verde más larga de España y sus recursos turísticos. Más de 20 ponentes de 7 países se darán cita en Valencia en una jornada internacional para hablar ampliamente sobre movilidad, ocio y turismo en Vías Verdes.



- Congreso Ciclo BCN21 (Barcelona 5-10 octubre)
Participación en el congreso Eurovelo y Cicloturismo Ciclo BCN21 que tuvo lugar en la ciudad de Barcelona del 5 al 10 de octubre.
Se dispuso de espacio expositivo para dispensar material gráfico a los congresistas, imagen de Comunitat Valenciana en la web del congreso, así como en el programa de mano.
- Feria VLC Bike's (Valencia 12-14 noviembre)
Participación en la feria especializada en Cicloturismo, con stand propio y participación de Costa Blanca, Benidorm, Diputación de Castellón y CV Activa.
- Workshop especializado cicloturismo: con un formato de reuniones rápidas y dedicado específicamente al cicloturismo en el entorno de la feria Valencia Bikes se organizó este workshop con 8 operadores especializados en cicloturismo y más de 25 empresas adheridas a CreaTurisme. Durante las dos horas del evento se produjeron más de 200 reuniones.

Soportes para la promoción turística

- *Actualización de los contenidos on line disponibles en 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.*

Difusión en medios

- *Fam trip para operadores belgas (16-21 octubre) dando a conocer los recursos cicloturisticos de la Comunitat Valenciana.*
- *Fam trip para operadores nacionales (9-12 noviembre) dando a conocer los recursos de la provincia de Castellón y Valencia.*
- *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 (Abril Online): 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.

Publicidad y publicaciones

Artículos de Cicloturismo en diversos medios (varias fechas), perteneciente al Plan de Medios 2021 coordinado por el Servicio de Publicidad.

Reuniones de coordinación

Videoconferencias con empresas adheridas al programa Cicloturismo y BTT de Creaturisme.

Coordinación con la Asociación turismo activo Comunitat Valenciana (CV Activa).

Reuniones mantenidas entre Turisme Comunitat Valenciana y la Consellería de Educación, Cultura y Deporte por la dinamización del producto turístico.

Deportivo.: En 2021 se han realizado las siguientes acciones:

Soportes para la promoción turística

Generación contenidos y publicación del microsite de turismo deportivo en valenciano e inglés bajo la url: <https://turismodeportivo.comunitatvalenciana.com>

Reuniones de coordinación

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



6.1.3. 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
- ✓ Pescaturismo

Asimismo, 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 son:

- ✓ Arte Rupestre del Arco Mediterráneo en la Comunitat Valenciana
- ✓ Camins de dinosaures, producto ligado al turismo paleontológico
- ✓ Red de Centros de Arte Contemporáneo en el ámbito rural de la Comunitat Valenciana



Turismo ornitológico: Entre las acciones desarrolladas en 2021 destacan:

Coordinación con los principales agentes de este producto para trazar las actuaciones de promoción del birding conjuntamente.



A través de la red de CdT se continuó ofertando cursos de turismo ornitológico dirigidos a agentes del sector turístico, todo ello con el objeto de que sea un producto turístico conocido y reconocido entre el sector, así se han realizado cursos teórico-prácticos en localidades como Riba-roja de Túria, Alpuente, Ademuz, Gandia, la Canal de Navarrés.

Asistencia a ferias especializadas: En 2021 se canceló la principal feria internacional dedicada al turismo ornitológico, la British Birdfair, así como otros eventos relacionados a los que la Comunitat Valenciana tenía previsto asistir. No obstante, sí que hubo presencia en otros eventos dedicados al turismo ornitológico como:

- FIO (Feria internacional de Turismo Ornitológico): La Comunitat Valenciana participó en 2021 en la feria FIO virtual que organizó la Junta de Extremadura. El evento online incluía la participación en la bolsa de contratación con operadores turísticos organizados por FIO. Se propició la participación por parte del sector del turismo ornitológico, realizándose diversas reuniones online con operadores turísticos especializados en birdwatching y en otras modalidades relacionadas con el ecoturismo.

- Delta Birding Festival: en septiembre 2021 tuvo lugar la celebración en el Parc Natural del Delta del Ebro de uno de los eventos más interesantes dedicados al turismo ornitológico y al ecoturismo de cuantos se celebran en España. El Delta Birding Festival forma parte del calendario de ferias a las que asiste como expositor Turisme Comunitat Valenciana.

Acción promocional con mercado estadounidense: En diciembre 2021 se llevó a cabo una de las acciones contempladas en el Plan Operativo de Turespaña, a solicitud de las OETs de Nueva York, Chicago, Los Ángeles y Miami. Se trató de un webinar dirigido a operadores turísticos norteamericanos especializados en Birdwatching e impartido por miembros de la Asociación de guías birding de la Comunitat Valenciana junto a Turisme Comunitat Valenciana con el objeto de dar a conocer la Comunitat Valenciana como un destino para la observación de aves, poniendo de relieve los aspectos que más pudieran interesar al público estadounidense.



Agroturismo y enoturismo: Durante 2021 se han realizado sendos webinars dirigidos a los informadores de la Red de Tourist Info de la Comunitat Valenciana con motivo de formarles sobre la línea de programas de creaturismo: agroturismo y enoturismo, características del producto, participantes, tipologías de experiencias ligadas a los mismos, etc. en los que participaron también, y a modo de experiencias de éxito, empresas adheridas a cada uno de los productos (enoturismo y agroturismo).

Participación en curso de formación de Agroturismo organizado por la Conselleria de Agricultura en el municipio de El Toro.

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, a raíz de la publicación de la regulación de las Zonas de Especial Conservación (ZEC) de la Red Natura 2000.

- Puesta en marcha del proyecto (Puntos de Información Colaboradores) (PIC) entre la Red de Tourist Info y los Parques Naturales de la Comunitat Valenciana. Reuniones previas y asistencia a la formación general.
- Otras acciones llevadas a cabo en torno al ecoturismo han sido las siguientes:
 - ✓ Incorporación del ecoturismo en la Ley de turismo, ocio y hospitalidad como modalidad turística.
 - ✓ Fam trip operadores nacionales: como acción previa al workshop de creaturisme que precedió a la Mostra de Turisme celebrada a finales de octubre, se realizó un fam trip que incluía diferentes actividades de ecoturismo en el territorio rural de la Comunitat Valenciana, con el objeto de que los agentes descubrieran un enfoque diferente de la Comunitat Valenciana, más relacionado con el descubrimiento de los valores naturales y etnográficos del interior valenciano, sobre todo.



- ✓ Participación en diferentes reuniones de proyectos europeos relacionados con el medio natural y el turismo como es el proyecto TUNE UP Marina Albufera, participando en el vídeo promocional del proyecto y en las reuniones finales.
[TUNE UP Albufera SEOBirdLife - YouTube](#)
- ✓ Seguimiento del proyecto europeo Delta Lady, participando en reuniones.
- ✓ Colaboración con el ayuntamiento de Morella para elaborar la candidatura del municipio al distintivo de la Best Tourism Village que promueve la OMT.
- ✓ Elaboración de guión y propuesta de contenidos para publicación de Ecoturismo en la Comunitat Valenciana.

Otros productos relacionados con el medio rural y natural

- ✓ Camins de Dinosaurios: En 2021 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). Red de arte contemporáneo y rural de la Comunitat Valenciana: En 2021 se ha continuado la labor de desarrollo de este producto relacionado con el arte contemporáneo ligado al mundo de los dinosaurios y de los recursos turísticos asociados (museos, rutas, yacimientos).
- ✓ Art rupestre de la Comunitat Valenciana: Se incorpora la web dedicada al arte rupestre de la Comunitat Valenciana al portal turístico. La web contiene información sobre abrigos y pinturas rupestres, así como senderos que discurren por los principales núcleos de arte rupestre.
- ✓ Acciones conjuntas productos natural/rural:
 - Dinamización de los microsites de producto mediante la incorporación de artículos para los blogs, nuevas imágenes, etc
 - Colaboración para la redacción de contenidos sobre los productos de la línea para publicaciones y programas de televisión y/o radio.
 - 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...
 - Participación en jornada de dinamización turística organizada por la entidad turística Maestrat ànima interior, en Cervera del Maestre.

6.1.4. Mediterráneo Cultural: Itinerarios, rutas, redes culturales

Esta línea de producto incluye todos los productos de turismo cultural, con carácter general, así como aquellas rutas o proyectos temáticos que se impulsan desde Turisme Comunitat Valenciana. En concreto, la estrategia de Creaturisme para el ámbito cultural-Mediterráneo Cultural- incluye los siguientes productos o temáticas:

- Ruta del Grial
- Ruta de la seda
- Territorio Borgia
- Red de Centros de Arte Contemporáneo
- Y Camins de Dinosaurios
- Turismo idiomático
- Turismo cultural en general, no adscrito a ninguna de las categorías citadas.

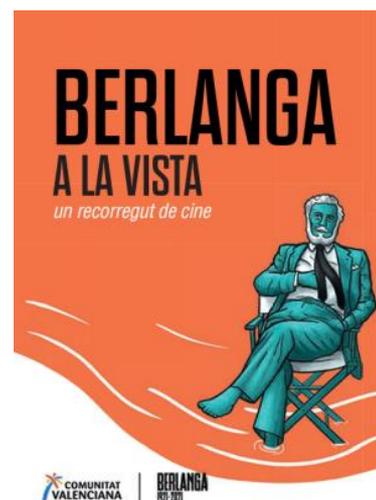
Durante 2021 se ha continuado con la labor de difusión de Creaturisme de cara a las empresas, de forma que se han conseguido más de 200 nuevas adhesiones, 60 de ellas correspondientes a la categoría de Turismo Cultural general.

Destacar la adhesión de 25 AAVV y 20 guías de turismo. Lo que son muy interesante porque ha facilitado la organización de acciones de networking y de impulso a la comercialización de productos turísticos culturales.

Con el objetivo de facilitar información sobre empresas que ofrezcan servicios a peregrinos o viajeros de la Ruta del Grial sin necesidad de que cumplan los requisitos de Creaturisme, en 2021 se ha creado una categoría especial de empresas que pueden ofrecer servicios al peregrino o viajero. Todas estas empresas aparecerán en la Guía de la Ruta del Grial a través de un código QR. Se incluye alojamiento, restauración, talleres de bicis, guías, supermercados en municipios muy pequeños, etc.

Rutas Jaume I: En 2021 se gestó asistencia a profesionales y asociaciones del sector para el proyecto Itinerario Cultural Europeo sobre las rutas Jaume I.

Guía Berlanga: En 2021 se gestionó la contratación del diseño, elaboración de contenidos y maquetación de la guía en tres idiomas. Con el objetivo de facilitar al turista interesado en la figura de Berlanga la realización de una ruta a través de la Comunitat Valenciana de una forma independiente, y también que la publicación se convierta en una herramienta informativa para aquellas empresas de turismo cultural que deseen incorporar la figura de Berlanga a su cartera de productos. La guía incluye elementos mediterráneos y valencianos presentes en la filmografía del director, así como destinos en los que Berlanga rodó sus películas, destacando los espacios o localizaciones que aparecen en sus películas.



Curso de especialización en Turismo Cultural de la Fundación Cañada Blanch: En 2021 tuvo lugar la 20ª edición del curso, con la colaboración de Turisme Comunitat Valenciana, la Federación Valenciana de Municipios y Provincias (FVMP) y la Conselleria de Educación, Cultura y Deporte. Y bajo un formato mixto, facilitando la asistencia presencial u online.

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.

Turisme CV colabora desde el Comité Organizador, a través de ponencias y organizando tres visitas-taller.

En 2021 las visitas taller han sido:

- Festival Trovam – Castellón de la Plana
- Sagunto
- Ruta del Grial

Destacar la excelente valoración de las visitas taller por parte de los alumnos.

Por otra parte, el Curso de Turismo Cultural presentó su candidatura a los Premios Turisme, en la categoría de Formación, consiguiendo una mención especial.



Capital Cultural CV: En 2021 Turisme Comunitat Valenciana participó, en calidad de vocal, articipación en calidad de vocal en la Comisión de valoración de la capital cultural de la Comunitat Valenciana, creada por la Secretària Autònòmica 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 fueron las de Alzira y Aiello de Malferit.

Turismo idiomático: Ante la imposibilidad de la Federación Española de Escuelas de Español como Lengua Extranjera (FEDELE) de realizar aquellas acciones promocionales de carácter presencial que habitualmente organiza, en 2021 se optó por una actividad de promoción virtual dirigida a estudiantes de español en todo el mundo, a modo de jinkana. A los 6 grupos de ganadores se les ofreció una estancia en cada una de las seis CCAA integradas en FEDELE. Uno de estos grupos tuvo como destino la Comunitat Valenciana, colaborando Turisme CV en la acción junto con Turespaña, el Patronato de Costa Blanca, el Patronato de Valencia, el Ayuntamiento de Denia y Visit Valencia.

Ruta de la Seda: En colaboración con el Centro UNESCO-Valencia, y en el marco del convenio firmado con Turisme CV, en 2021 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 con el objetivo 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 XVII MULTAQA, CONFERENCIA INTERNACIONAL MEDITERRÁNEA, que tenía como lema “Valores unitivos del Mediterráneo: Rutas de la Seda y del Grial”

Ruta del Grial: La ruta se consideró en 2021 -coincidiendo con el año jubilar- un producto prioritario, generando un gran abanico de actuaciones entre las que destacan:

1º.- Plan de Impulso a la Ruta del Grial 2021-2022, elaborado por la Secretaría Técnica de Turismo Cultural, en coordinación con Turisme CV. Este plan define las líneas generales de la estrategia para el desarrollo turístico de esta ruta, así como actuaciones dirigidas tanto a la estructuración de la ruta como una oferta para peregrinos, y viajeros en general, y a su promoción, como acciones de gobernanza.

2º.-Configuración del trazado: al ser una ruta territorial, puesto que implica un recorrido, se ha establecido el itinerario en función de los municipios participantes. Finalmente se ha acordado la participación de 18 municipios.



3º.- Creación del Comité de la Ruta del Grial.

Teniendo en cuenta que se trata de un proyecto de turismo cultural complejo, con participación de muy diversos agentes y con vocación de perdurar en el tiempo en 2021 se consideró necesario crear un Comité de la Ruta del Grial, liderado por Turisme CV, que facilitase la coordinación y comunicación entre los diferentes agentes implicados en la Ruta.

Pertencen al Comité las siguientes entidades/instituciones:

1. Arzobispado.
2. Diputaciones de Valencia y Castellón
3. Federación Valenciana de Municipios y Provincias.
4. Visit Valencia
5. Centro UNESCO Valencia
6. AEVAV
7. Asociación de Guías de Turismo de la Comunitat Valenciana.

8. Asociaciones/Entidades colaboradoras
- a. Asociación amigos de la ruta del grial del Alto Palancia
 - b. Asociación amigos del grial
 - c. Asociación cultural camino del santo grial
 - d. Real hermandad del Santo Cáliz.
 - e. Asociación amigos del Camino de Santiago
 - f. Cofradía del Santo Cáliz
 - g. Cofradía de la Purísima Sangre de Cristo

El 13 de julio tuvo lugar una primera reunión del comité, presidida por el Secretario Autonómico de Turismo, en la que se presentó el Plan de Impulso.



4º. Creación de un Grupo de Trabajo de municipios de la Ruta del Grial

Se ha establecido una fórmula de gobernanza territorial a través de la creación de un grupo de trabajo de carácter técnico, en el que participan los 18 municipios integrados en el trazado. El objetivo ha sido el de establecer un canal de comunicación y coordinación entre los distintos municipios y Turisme CV para presentar acciones en curso, planificar nuevas actuaciones y avanzar en la consolidación de la ruta del grial como una oferta turística. Se ha colaborado con los municipios en la solicitud de puntos de sellado para el futuro pasaporte, la revisión de textos de la guía, la solicitud de imágenes y la propuesta de lienzos para arte urbano. Destacar las dos jornadas de difusión de la ruta a empresas celebradas en los municipios de Segorbe y Sagunto para explicar tanto el concepto de la ruta y las distintas actividades previstas llevar a cabo, como la forma en la que pueden participar en la ruta ofreciendo sus servicios.

5º.- Guía de la Ruta del Grial.

En el marco de la estrategia del producto, se ha considerado imprescindible disponer de una Guía de la Ruta del Grial que más allá del relato, guía que incorpore también información práctica sobre el recorrido, con mapas y tracks, y los servicios disponibles para peregrinos y viajeros.

Para ello se realizaron contrataciones de los contenidos, del diseño y maquetación de la guía y de los tracks del itinerario así como también un Pasaporte del Grial que sirva de apoyo y recuerdo a los viajeros que decidan realizar la Ruta.

6º.- Presstrip Ruta del Grial

En 2021 se organizó un viaje de prensa para medios extranjeros, en coordinación con las OETs y distintos ayuntamientos y entidades de la Comunitat valenciana.

El Press trip tuvo lugar del 3 al 6 de octubre, y los medios participantes tuvieron la oportunidad de conocer distintos municipios de la Ruta del Grial, así como de recorrer algunos tramos del trazado en bicicleta y a pie, finalizando con la visita a la Capilla del Santo Cáliz en la catedral de Valencia.

7º.- Auditoria de accesibilidad Ruta del Grial

Se ha realizado una auditoria de accesibilidad de la ruta del Grial junto en colaboración con Unlimited Wheels, donde especialistas en deportes adaptados han realizado el recorrido de los últimos 100 kilómetros de la Ruta comprobando el grado de accesibilidad. Unlimited Wheels está formado por un equipo profesional cualificado que tienen como misión la integración de las personas con discapacidad a través del deporte. Además, cuentan con reconocimientos como el Primer Premio Empren Esport de la Fundación Trinidad Alfonso, y el Premio a la Deportividad de la Cátedra Divina Pastora, y también cuenta con el apoyo de la Fundación ONCE.



8º.- Otras actividades.

- Coordinación exposición “El Cáliz revelado”. La exposición ha estado en la catedral de València, en Sagunto, Altura y en Gandía con motivo de la declaración del año jubilar de S. Francisco de Borja.
- Participación en el XVI Congreso Internacional de turismo religioso y sustentable celebrado en Pamplona en el mes de septiembre. De forma paralela al congreso tuvo lugar un workshop en el se hizo promoción de la Ruta del Grial entre medios y operadores interesados en la temática.
- Elaboración de información para la publicación de un reportaje en El Viajero-El País.
- Reuniones con diferentes agentes de la Ruta del Grial. Destacar las mantenidas con el arzobispo de Valencia y el arzobispo de Castellón con el objetivo de tener un contacto directo con los máximos representantes de la Iglesia Católica en la Comunitat Valenciana para informarles del interés en impulsar la Ruta del Grial, siempre en colaboración con la Iglesia.

Turismo Musical – Mediterraneu Musix:

- Asistencia a FITUR 2021 con un stand diferenciado dentro del stand de la Comunitat Valenciana, funcionando como centro neurálgico junto con la zona destinada al networking empresarial. En nuestro stand participaron distintas asociaciones y empresas dedicadas al turismo musical. Se realizaron presentaciones de los proyectos de festivales de empresas adheridas a las marcas Musix.
- En 2021 se ha continuado trabajando conjuntamente con las Consellería de Sanidad Universal y Salud Pública, Respuesta a las Emergencias y Cultura ante la evolución de la pandemia para ajustar los estándares de seguridad ante el Covid-19. También se ha continuado el trabajo 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...)
- Integración de Mediterraneu Musix en la estrategia de especialización de producto CreaTurisme, pasando a formar parte del turismo musical integrado en la línea Mediterráneo Cultural. Toda la información sobre el proceso está disponible en:

<https://creaturisme.comunitatvalenciana.com/creaturisme/recursos/mediterraneu-musix>

- En 2021 se celebró de manera presencial la feria BIME PRO, que es el mayor encuentro internacional de la industria musical en nuestro país. Se celebró en el Palacio de Euskoalduna de Bilbao. Mediterraneu Musix, la marca paraguas de los festivales de música de Creaturisme, tuvo su stand en BIME, albergando a los 27 empresarios se desplazaron al evento.



- Jornadas Turismo e Industria Musical (TIIM) realizadas en colaboración con MusicaProCv. Por tercer año consecutivo, en 2021 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.



- Organización de un workshop online simultáneo a las Jornadas TIIM donde participaron tanto festivales como las empresas proveedoras de servicios y productos que requieren.

-Reorganización de la marca paraguas Mediterraneu Musix para dar cabida a los eventos que han mostrado interés en adherirse. Mediterraneu Gran Fest, Mediterraneu Fest, Mediterraneu Fest lite y Mediterraneu Experience.

Otros temas culturales:

Elaboración de información turística para elaboración de guiones del programa Loving Valencia de Apunt, sobre:

- Ruta del Sant Grial
- Xarxa de Centres d'Art Contemporani en l'Entorn Rural
- Ruta dels Castells del Vinalopó
- Ruta de la Seda
- Territori Borja
- Camins de dinosaures
- Rutes Jaume I
- Ruta Luis Garcia Berlanga



6.2. L'EXQUISIT MEDITERRANI

L'Exquisit Mediterrani es la marca que identifica a la red gastroturística de la Comunitat Valenciana. El año 2021, pese a las especiales condiciones motivadas por la pandemia, fue un año muy productivo para la red, tanto por el crecimiento de las entidades y empresas que la componen, como por las actividades promocionales que se realizaron lo largo del año.

6.2.1. Desarrollo de la red gastroturística

2021 ha sido un año de consolidación y desarrollo de la red gastroturística. Se adhirieron a l'Exquisit Mediterrani un total de 6 entidades, que se suman a las 79 ya adheridas, siendo estas nuevas incorporaciones:

- Ayuntamiento de Elche
- Ayuntamiento de Cullera
- Ayuntamiento de Alcalà de Xivert
- Ayuntamiento de la Nucía
- Ayuntamiento de Benejúzar
- Escuela Superior de Aceite de Oliva

En cuanto al número de establecimientos de restauración, a lo largo del 2021 se adhirieron un total de 435.

6.2.2. Convenios con entidades

La red Gastroturística ha tenido en su desarrollo un fuerte soporte en entidades vinculadas al mundo de la gastronomía con implantación en el conjunto de la Comunitat Valenciana. Hay que destacar las actuaciones vinculadas a convenios con Conhostur, la confederación de hostelería con alcance en toda la Comunitat Valenciana, el Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana, además de actividades de carácter gastronómico que se vincularon a otros convenios de Marketing de Turisme. Entre los que cabe destacar la organización de la **Gala Michelin** que se instrumentó a través de un acuerdo con el Ayuntamiento de Valencia. Así como la organización del **Festival D*NA**, festival gastronómico y lúdico de dimensión internacional, en cooperación con el Ayuntamiento de Denia. De igual modo destaca los convenios con Institución Ferial Alicantina (IFA) y Feria Valencia para la organización de las dos ferias más representativas a nivel de la Comunitat Valenciana de carácter puramente gastronómico como son **Alicante Solidaria Gastronómica y Mediterránea Gastrónoma**.

Por otra parte, se renovó el convenio con **Gasterra**, proyecto gastronómico de la Universidad de Alicante, para la potenciación del producto gastronómico, su creatividad y análisis científico, a través del cual se desarrollaron actuaciones formativas de alto valor y proyectos de análisis gastronómico de carácter científico, como el mapa de valor de la gastronomía de la Comunitat Valenciana.

6.2.3. Participación en ferias

En 2021 L'Exquisit ha estado presente en las siguientes ferias nacionales e internacionales:

- FITUR
- Madrid Fusión
- Salón Gourmets
- ARATUR
- Alicante Gastronómica
- Mostra de Turisme
- Gastrónoma

6.2.4. 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.
- World Paella Day.
- Valencia Culinary Festival.
- Tapes d'ací
- La Hora del Vermut
- Jornadas POP 2021
- Cata Bio Sense
- Comunidad valenciana: tu destino seguro
- La hostelería valenciana para llevar
- TASTEM- Morella
- I Encuentro de Gastronomía Sostenible
- Menús d'Ací
- Jornada de Enoturismo junto con la Ruta del Vino
- Benejúzar Experience, "La Pelota de Benejúzar"
- Jornada junto a Cámara Orihuela- "Gastronomía y productos autóctonos de la Vega Baja"
- Día Mundial del Turrón

- Presentación “Muestra de la Gastronomía de Aspe
- Jornada de Competitividad - Cámara Alcoy. “Turismo Micológico y Desarrollo sostenible medio rural”
- Jornada de Competitividad. “El Producto como destino”- Jijona
- Jornada de Competitividad. “El factor empleo y la formación en la Competitividad Turística”- Benidorm, Valencia y Castellón
- VI Edición de Gastrovegabaja
- Feria Navidad Xixona
- Campaña “Comunidad Valenciana: Destino Gastronómico con estrella”
- Colaboración con la revista de Unión de Consumidores (Consuce) para dar difusión a productos y experiencias del turismo gastronómico en la Comunidad Valenciana



ACTUACIONES PROMOCIONALES

7.1. FERIAS Y CERTÁMENES TURÍSTICOS

7.1.1. Certámenes celebrados en territorio nacional

FITUR, Madrid, 19 - 23 mayo

Participación en la 41ª edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR). Stand de 2.053m² en el que estuvieron presentes como coexpositores las seis marcas turísticas de la Comunitat, así como empresas, asociaciones y clubs de producto.

FITUR SCREEN CINE, Madrid, 19 - 23 mayo

Tercera edición de esta sección de FITUR ubicada en el pabellón 6 de la Institución Ferial de Madrid (IFEMA). Se contrató un espacio de 20 m². Este stand estaba incluido en el concurso de ferias 2020-21. Participaron las *films office* de las distintas marcas turísticas y Peñíscola.

Madrid Fusión, 31 mayo - 1 junio

Madrid Fusion, encuentro gastronómico anual por excelencia. Por segundo año consecutivo la organización mantuvo su nueva ubicación en IFEMA. El stand de la Comunitat Valenciana constó de 48m².

B – TRAVEL, Barcelona, 11 - 13 junio

Es el certamen turístico, después de FITUR, más importante de nuestro país. Tras la cancelación de la edición 2020, en este junio 2021 retomó la celebración en su sede habitual del pabellón 8 en Fira Barcelona. La Comunitat Valenciana participó con un stand de 200 m². Asistieron como coexpositores los Patronatos Provinciales de Turismo de Benidorm y la Federación de Campings de la Comunitat Valenciana.

Turisme Comunitat Valenciana participa también en la Campaña on-line B-TRAVEL que tiene lugar durante todo el año con la publicación de propuestas de actividades y excursiones dentro de sus cinco temáticas: B-DELICIOUS, B-ADVENTURE, B-SPECIAL, B-CULTURE y B-HAPPY.

La FIRA de les COMARQUES 2021, Valencia, 24 – 26 septiembre

La Fira, que organiza València Turisme, invita a participar exponiendo en la zona de Organismos oficiales al igual que ediciones anteriores que tuvieron lugar en la Plaza de Toros de València. Con esta Feria se acerca a la ciudad de València, y su área metropolitana, la amplia oferta de productos y destinos turísticos de nuestras comarcas, en un formato dinámico y profesional.

Feria EXPOVACACIONES, Bilbao, 1 – 3 octubre

Del 1 al 3 de octubre de 2021 se celebró en Bilbao Exhibition Center, BEC, en el municipio de Barakaldo, la edición número 40 del certamen EXPOVACACIONES.

El País Vasco es uno de los principales emisores de turistas a nuestra Comunitat; ocupando ésta el primer puesto en destinos en viajes de vacaciones de verano.

MOSTRA de TURISME, València, 23 – 24 octubre

En la 4ª edición celebrada en 2021, la ubicación estuvo en la parte interior y exterior del Hemisfèric (Ciudad de las Artes y las Ciencias). Se trata de un evento abierto al público en general y de acceso gratuito, donde los asistentes pueden conocer la oferta turística de la Comunitat Valenciana y disfrutar de actividades infantiles, showcooking, degustaciones gastronómicas, catas de vino y aceite, espectáculos y actividades deportivas.

Feria TOTS SANTS, Cocentaina, 29 octubre – 1 noviembre

Del 29 de octubre al 1 de noviembre de 2021 tuvo lugar en Cocentaina la 675ª edición de la Feria de Tots Sants. Esta feria es una de las muestras vivas más antiguas de la historia de la villa condal. El significado mercantil, origen de la feria, ha crecido también con el paso del tiempo, encontrándose los tres sectores económicos representados, ya que, se mantiene la tradición ganadera, junto con la exposición de productos variados, la promoción del turismo y la realización de innumerables actos lúdicos y culturales.

Feria INTUR e INTUR MICE, Valladolid, 18 – 21 noviembre

Del 18 al 21 de noviembre de 2021 se celebró en Feria Valladolid la XXIV edición de la Feria Internacional del Turismo de Interior.

En la edición de 2021 hubo dos novedades:

- 1.- Capitalidad Gastronómica, se anunció durante su inauguración.
- 2.- Concurso nacional de gastronomía organizado por Facyre.

INTUR MICE, consistió en un punto de información para empresas que les interese captar eventos profesionales, espacios singulares y convention bureaux.

Turisme Comunitat Valenciana participó en esta zona con un espacio propio dando cabida a:

- Gandia Convention Bureau
- Visit Benidorm
- Elche Convention Bureau

Feria ARATUR, Zaragoza, 26 – 28 noviembre

Del 26 al 28 de noviembre de 2021 tuvo lugar en Zaragoza la décimo quinta edición del Salón Aragonés del Turismo: ARATUR. La feria tuvo lugar, un año más, en el Palacio de Congresos, ubicado próximo al centro de la ciudad, con unas excelentes comunicaciones.

IBTM WORLD, Barcelona, 30 noviembre – 2 diciembre

Como feria líder del sector MICE en el mundo, IBTM World es la plataforma de negocios para la oferta turística del sector de reuniones y eventos y muchos otros proveedores de servicios de más de 180 países presentan sus productos y servicios. Se trata de una feria de carácter profesional que reúne a más de 15.000 profesionales de la industria de viajes de negocios, congresos e incentivos. IBTM World reúne una gran oferta de destinos, agencias de viajes, operadores turísticos, centros de congresos, cadenas hoteleras y organizadores de eventos internacionales. La Comunitat Valenciana participó en la IBTM con un stand propio que acogió a los Conventions Bureau, asociaciones y marcas turísticas. Un total de 17 entidades han estado presentes en el stand como co-expositoras cada una de ellas ha tenido a su disposición una agenda de citas y una mesa asignada para los encuentros profesionales previstos.



7.2.2. Certámenes celebrados en otros países

FERIE FOR ALLE – edición virtual, 18 – 28 febrero

Edición digital de la feria que habitualmente tiene lugar en la ciudad de Herning (Dinamarca) y que se realiza para mantener el contacto entre destinos y profesionales y público daneses.

A través de la Oficina de Turismo de España (OET), se remitió diferente información (folletos, enlaces, etc) para su publicación en la web de la feria, realizándose una presentación online de la Comunitat Valenciana.

ITB Berlín – edición virtual, 9 – 12 marzo

A causa de la situación sanitaria creada por la pandemia de covid-19, la edición presencial de la feria ITB de Berlín, la mayor de Europa, fue sustituida por una edición virtual de la misma. En ella participaron, además de Turisme, otras marcas de la Comunitat Valenciana. Se trataba de un sistema de citas previamente concertadas.

IGTM Links – edición virtual, 23 – 25 de marzo

Turisme Comunitat Valenciana participó del 23 al 25 de marzo en la feria virtual IGTM Links 2021. Un encuentro internacional en formato online dedicado al turismo de golf. Se trata de la feria dedicada a este producto turístico más importante a nivel internacional en la que participan destinos y profesionales del turismo del golf (turoperadores, agencias de viaje, otras empresas del sector y medios de comunicación).

Durante los tres días en que se desarrolla este foro de trabajo, se mantuvieron un total de 34 entrevistas con turoperadores y medios especializados en el producto golf de diversos países emisores de turistas de golf, destacando por su número los provenientes de Reino Unido, Suecia, Holanda, Francia, Italia, Suiza, Alemania, Dinamarca, Irlanda y Noruega.



Feria IFTM TOP RESA, París, 5 – 8 octubre

La Comunitat Valenciana participó en 2021 en la 42ª edición de la feria IFTM Top Resa, una feria profesional que tuvo lugar en la Porte de Versailles del 5 al 8 de octubre. Esta feria, considerada como evento de referencia del sector turístico del mercado francés, se convierte en el marco idóneo para promocionar la amplia oferta turística de la Comunitat Valenciana, en un mercado emisor de relevancia para el destino. La oferta turística de la Comunitat Valenciana estuvo representada en el stand de Turespaña. Turisme Comunitat Valenciana estuvo presente en la feria

con 8 mostradores y 2 mesas de trabajo acompañada por 4 marcas turísticas: Patronato Provincial de Turismo de Castellón, Turismo València, València Turisme y Benidorm.

INTERNATIONAL GOLF TRAVEL MARKET (IGTM), Newport, 18 – 21 de octubre

Se trata de una feria dedicada sólo a profesionales, en la que los visitantes y potenciales compradores son miembros de IAGTO, la asociación internacional de turoperadores de golf. Turisme Comunitat Valenciana y la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca y Comunidad Valenciana, mantuvieron una agenda de citas y reuniones de trabajo para promocionar la región de la Comunidad Valenciana como un destino ideal para los amantes del golf.

Feria WORLD TRAVEL MARKET, Londres, 1 – 3 noviembre

Del 1 al 3 de noviembre de 2021, tuvo lugar en Londres la feria World Travel Market. Esta feria constituye, junto con la ITB de Berlín y Fitur en Madrid, el mayor certamen de encuentro del sector turístico a nivel europeo y uno de los mayores de mundo.

Se trata de una feria de carácter básicamente profesional, aunque también está abierta al público. Los dos primeros días de feria, se registra mayor afluencia de profesionales del sector turístico (touroperadores, líneas aéreas agentes de viaje, periodistas, responsables de hoteles...).



7.2. WORKSHOPS, JORNADAS INVERSAS, PRESENTACIONES y WEBINARS

7.2.1. Mercado NACIONAL

Workshop en Zaragoza, 25 noviembre

En el contexto de la feria ARATUR, celebración de un workshop entre empresas turísticas de la Comunitat Valenciana y agentes de viaje aragoneses.

Comunitat Valenciana: destino gastronómico con estrella, València, 30 de noviembre

Se trata de una actuación desarrollada en el marco del convenio de marketing colaborativo suscrito con CONHOSTUR, cuyo objetivo fue dar a conocer a un grupo de prensa y medios especializados las bondades de nuestra gastronomía y ensalzar la excelencia, calidad y distinción de los vinos, gastronomía, productos de la huerta y del mar, así como de todos los agentes que hacen que la Comunitat Valenciana sea un destino culinario de referencia a nivel internacional.

Actuación AMPLIANDO HORIZONTES junto al Palau de Les Arts, València, 1 de diciembre

Se trata de una actuación enmarcada en el convenio de marketing colaborativo suscrito con el Palau de Les Arts. El evento consistió en una presentación a prensa y medios en Madrid, del destino Comunitat Valenciana y su oferta cultural y gastronómica.

7.2.2. Mercado INTERNACIONAL

ALEMANIA, AUSTRIA, SUIZA

Workshop MICE PEAK GERMANY, Valencia, 1 – 3 octubre

MICE PEAK del mercado alemán en Valencia actividad con unos 30 buyers y 25 suppliers. Acción llevada a cabo en colaboración con Valencia Convention Bureau y en la que participaron Convention Bureau de toda la Comunitat Valenciana: Alicante, Costa Blanca, Benidorm, Gandia y Elche.

BÉLGICA

Presentación de la CV y su oferta gastronómica en Bruselas, 30 noviembre

Acción enmarcada en el convenio de marketing on line suscrito con CONHOSTUR para 2021, desarrollada en colaboración con la OET de Bruselas.

FRANCIA

Valencia Business Meetings 2021, 9 y 10 de junio

Evento presencial en el que se contó con la presencia de unos 30 operadores MICE franceses. Fue organizado por el Convention Bureau de Valencia, con la colaboración de Turisme Comunitat Valenciana.

ITALIA

Evento F2F-SPAGNA 2021, ON LINE, 16 a 17 de junio

Jornadas profesionales online en el mercado italiano para dar a conocer la oferta turística de la Comunitat Valenciana.

POLONIA

Jornadas directas Polonia 2021, ONLINE, 20 a 21 de abril

Jornadas de trabajo y encuentros profesionales, además de diferentes y variados talleres lúdicos de contenido, especialmente, cultural y gastronómico. Con la presentación de Xacobeo 2021 (turismo cultural y religioso)

WEBINARs de los siguientes mercados:

ALEMANIA

WEBINAR PREMIUM + CATA VINO BIOSENSE, 9 de junio

Turisme Comunitat Valenciana, en colaboración con Turespaña, a través de su Oficina Española de Turismo en Berlín, y con el apoyo de la prestigiosa revista alemana FVW, apoyaron y coordinaron un evento promocional para el sector profesional alemán, que, mediante un formato telemático, combinó la presentación del destino Comunitat Valenciana dentro del segmento Premium, con una cata virtual que permitió poner el acento en los productos ecológicos de cultivo de alta calidad y elaboración 100% valencianos, dentro del segmento gastronómico de L'Exquisit Mediterrani.

BÉLGICA

WEBINAR destino náutico, junio

Coordinación con la Oficina Española de Turismo (OET) para dar a conocer la oferta turística de la Comunitat Valenciana en el mercado belga.

FRANCIA

WEBINAR destino náutico, junio

Coordinación con la OET para dar a conocer la oferta turística de la Comunitat Valenciana en el mercado francés.

HOLANDA

WEBINAR destino náutico, junio

Coordinación con la OET para dar a conocer la oferta turística de la Comunitat Valenciana en el mercado holandés.

Presentación de destino CV, 16 julio

Turisme Comunitat Valenciana y Turismo de Andalucía, junto con la OET de Turespaña en La Haya, llevaron a cabo una campaña en Facebook destinada a fomentar las reservas vacacionales en sus respectivos destinos.

HUNGRÍA

Presentación de la CV en Budapest, 21 – 22 septiembre

Con motivo del World Paella Day, la OET de Viena (de quien depende el mercado húngaro) y Visit Valencia programaron un acto de presentación de la Comunitat Valenciana a operadores húngaros en la sede de la Embajada de España en Budapest el 21 de septiembre y otra presentación en el Instituto Cervantes de la capital húngara el 22 de septiembre.

ITALIA

Webinar REGIONE DI VALENCIA, 17 de marzo

En colaboración con la OET de Roma, realización de un webinar dedicado a los pueblos de interior y costa más pintorescos de la Comunitat Valenciana.

Webinar Deportivo y Náutico, 1 de julio

Coordinación con la OET de Milán para la convocatoria y seguimiento de participantes en este Webinar de Producto Deportivo dirigido al mercado italiano.

NORUEGA

Webinar Deportivo y Náutico, 1 de julio

Coordinación con la OET de Oslo para la convocatoria y seguimiento de participantes en este Webinar de Producto Deportivo dirigido al mercado noruego.

REINO UNIDO

Webinar Intele Travel, 28 enero

Turisme Comunitat Valenciana participó, junto con Turespaña y Visit Valencia, en una acción online con agentes de viaje británicos pertenecientes al consorcio Intele Travel para dar a conocer y promocionar entre estos la oferta turística de la Comunitat Valenciana.

Intele Travel es un consorcio que cuenta con alrededor de 40.000 agentes de viaje en Estados Unidos y unos 4.500 agentes en el Reino Unido, país donde se está expandiendo de manera importante en los últimos años.

Se realizó una presentación para dar a conocer a los agentes de viaje de Intele Travel las propuestas de viajes de familiarización asociadas al congreso de Valencia de octubre 2021 .



Webinar Intele Travel, 18 mayo

Turisme Comunitat Valenciana participó, junto con Turespaña y Visit Valencia, en una acción online con agentes de viaje británicos pertenecientes al consorcio Intele Travel para dar a conocer y promocionar entre sus agentes asociados la celebración del congreso celebrado en la ciudad de Valencia en otoño de 2021.

A la jornada asistieron unos 200 agentes de viaje y presentó los diferentes viajes de familiarización a los que los agentes de Intele Travel asistentes al congreso podían inscribirse: fam trips a las provincias de Castellón y Valencia, así como a Benidorm y Alicante.

Congreso Intele Travel, 14 – 16 octubre

Congreso que reunió a 300 agentes del consorcio Intele Travel en Valencia. Contó con dos jornadas de conferencias, charlas y presentaciones con la participación de Turespaña, Visit Valencia y Turisme Comunitat Valenciana.



SUECIA

Webinar Deportivo y Náutico, 1 de julio

Coordinación con la OET de Estocolmo para la convocatoria y seguimiento de participantes en este Webinar de Producto al mercado sueco.

7.3. VIAJES DE PRENSA Y FAMILIARIZACIÓN

ALEMANIA

PRESS TRIP revista MERIAN, 4 – 11 septiembre

Turisme Comunitat Valenciana participaron junto con los Patronatos de Turismo de Castellón y Valencia y Visit Valencia en la organización de un viaje de prensa para la revista alemana de viajes MERIAN.

BÉLGICA

VIAJE de PRENSA revista LUX & TRAVEL MAGAZINE, 23 – 28 mayo

Consistió en un viaje de prensa para la revista Lux & Travel Magazine. El viaje de prensa se centró en temas como el golf, la gastronomía y la enología y el estilo de vida mediterráneo, para un público con poder adquisitivo alto y medio-alto.

El viaje contó con la participación de Patronato de Costa Blanca, Alicante Turismo y Visit Benidorm, visitando campos de golf de Alicante, bodegas en el Vinalopó y establecimientos hoteleros y gastronómicos de gama alta.

Press trip COSTA BLANCA SAFE DESTINATION, 17 – 20 diciembre

Viaje a diversas localidades de la Costa Blanca de de periodistas del portal de viajes GRANDE (<https://grande.be/>), el más importante en Flandes (idioma neerlandés) y que adicionalmente edita una Newsletter que se distribuye a más de 25 000 suscriptores. Se contó con la colaboración del Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca.

ESTONIA

Visita productora de TV Tina Park, 2 – 9 noviembre

La productora de TV estonia Tina visitó diferentes destinos de la Comunitat Valenciana, entre ellos Alicante, Novelda, Benidorm, Valencia, Bocairent, Carcaixent, Alzira y Xàtiva. De las grabaciones realizadas durante el viaje se emitieron dos programas en la TV estonesa, contando con la colaboración de la OET de Helsinki, el Patronato Provincial de turismo de la Costa Blanca, Turismo de Alicante, Visit Benidorm, València Turisme y Visit València.

FRANCIA

VIAJE de PRENSA LE FIGARO MAGAZINE, 1 – 10 junio

Esta prestigiosa revista francesa, suplemento del conocido diario Le Figaro, se interesó por la Comunitat Valenciana y realizó un reportaje de diez páginas.

HOLANDA

Rodaje programa TV DOE MAAR DUURZAAM RTL Z, 28 enero

Con el objetivo de promocionar nuevas formas de turismo seguro y sostenible en la Comunitat Valenciana en la etapa post COVID'19, un equipo de rodaje local se desplazó a Benidorm para conocer su modelo de turismo sostenible.

VIAJE de PRENSA – ESPANJE! MAGAZINE, 27 abril – 06 mayo

Viaje de prensa en el que se desplazó la redactora jefa de la revista ESPANJE! Magazine, revista dedicada a cultura y viajes a España y Sud-América con una tirada de 15.500 ejemplares y una frecuencia de cuatro veces al año.

REINO UNIDO

Fam Trips post congreso Intele Travel, 17 – 18 octubre

En 2021 se organizaron cinco fam trips para los agentes de viaje de Intele Travel en Castellón, Benidorm, Alicante y provincia de Valencia. Fueron grupos de diez agentes cada uno y se contó con la participación de las marcas implicadas.



Fam trip TTOO turismo salud y wellness, 18 – 21 noviembre

Entre el 18 y el 21 de noviembre visitaron la provincia de Alicante cuatro turoperadores británicos especializados en turismo de salud y bienestar. Esta acción, en la que colabora el Patronato de Turismo de la Costa Blanca, se enmarca dentro del plan operativo de acciones que anualmente se realiza con la Oficina Española de Turismo en Londres para el mercado británico.

MULTIMERCADO

VIAJE de PRENSA - Turismo gastronómico, 23 – 27 septiembre

La actividad consistió en un viaje de prensa enfocado al segmento del turismo gastronómico, con motivo de la feria Alicante Gastronómica, certamen al que asistieron reputados periodistas especializados en este producto turístico con el objetivo de promocionar la oferta turística de la Comunitat Valenciana.

7.4. ACCIONES ON LINE

ALEMANIA

CATA VIRTUAL BIOSENSE, 29 de junio

Se trató de una acción enmarcada en el convenio 2021 con el Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana. La iniciativa, consistente en la realización de una cata virtual bajo la denominación Bio Sense, que pone el acento en los productos ecológicos de cultivo de alta calidad y elaboración 100% valencianos, dentro del segmento gastronómico de L'Exquisit Mediterrani. La acción fue coordinada con la OET de Frankfurt.

BÉLGICA

Entrevista TRAVEL SAFE, 23 de marzo

Lanzamiento de la campaña Travel Safe en colaboración con Travel 360, una plataforma donde se comparten noticias de interés para el sector turístico valenciano, con gran repercusión en el mercado belga y un alcance de más de 10.000 profesionales. De manera conjunta con Turespaña se dió difusión a las medidas que España ha adoptado contra la COVID para velar por la seguridad de los turistas.

Cata virtual, 15 diciembre

Acción enmarcada en el convenio 2021 suscrito con el Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana y desarrollada en colaboración con Turespaña, a través de su Oficina Española de Turismo en Bélgica.

CANADÁ

Presentaciones ONLINE - Destino y oferta turística CV, 16 de junio

Se participó, junto con la Oficina de Turismo de España en Toronto y Visit València, en dos presentaciones online del destino y oferta turística de la Comunitat Valenciana dirigidas a operadores turísticos canadienses, organizadas por la Asociación Canadiense de Agencias de Viaje (ACTA). Las presentaciones, una en inglés para todo Canadá y otra en francés, dirigida a los profesionales de las regiones francófonas de Québec y Terranova, contaron con un total de casi 200 operadores inscritos, y en ellas se dió a conocer la oferta cultural, urbana y gastronómica de la Comunitat Valenciana.

La actuación se enmarcó en el conjunto de acciones online con países lejanos y con potencial de crecimiento a medio y largo plazo en la Comunitat Valenciana, como son Rusia, China, Estados Unidos o Canadá, que se combinó con actuaciones tanto online como presenciales en mercados que ya se iban abriendo paulatinamente al mercado internacional.

IRLANDA

SPAIN YOUR MUSE, junio – julio – agosto

Creación de una web en la que artistas residentes en Irlanda subían sus obras (poesía, ilustración, pintura, videoarte y fotografía) inspiradas en España y los visitantes de la web votaron sus obras favoritas. Los ganadores en cada categoría recibieron como premio de un viaje a España. Se trató de una campaña de promoción de tres meses, principalmente mediante redes sociales, newsletters, anuncios, banners y notas de prensa.

PORTUGAL

Semana de la CV en FB, 3 – 9 mayo

Acción en el Facebook e Instagram de la OET de Portugal, consistente en publicar varios posts en días consecutivos, con contenidos exclusivos del destino Comunitat Valenciana. En la actualidad se cuenta con más de 131.000 seguidores portugueses.

REINO UNIDO

CATA VIRTUAL BIOSENSE, 25 de mayo

Se trató de una acción enmarcada en el convenio 2021 con el Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana. La iniciativa consiste en la realización de una cata virtual bajo la denominación Bio Sense, poniendo el acento en los productos ecológicos de cultivo de alta calidad y elaboración 100% valencianos, dentro del segmento gastronómico de L'Exquisit Mediterrani. La acción fue coordinada con la OET de Londres.

CHINA Y RUSIA

Supervisión y comprobación de la información publicada de nuestra campaña durante todo el año 2021.

Los diferentes posts, tuits e imágenes publicados en las diferentes redes sociales de la campaña. También hubo comunicación con nuestras marcas turísticas para la remisión de contenidos relevantes para alimentar la información publicada sobre nuestra oferta turística en ambos mercados.

7.5. ACTUACIONES DIRIGIDAS AL CONSUMIDOR FINAL

BÉLGICA

CATA PRESENCIAL dirigida a medios de comunicación, 15 de diciembre

La actuación estuvo dirigida a periodistas especializados, dando a conocer los productos ecológicos de cultivo de alta calidad valencianos que engloba nuestra marca. Se trata de una acción enmarcada en el convenio 2021 con el Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana con la finalidad de que los periodistas belgas se conviertan en prescriptores del destino Comunitat Valenciana.

IRLANDA

Acción San Patricio GLOBAL GREENING, 17 de marzo

La acción, propuesta por la OET de Dublín y Turismo de Irlanda, tiene lugar cada día el 17 de marzo, festividad de San Patricio y día nacional de Irlanda. Consiste en iluminar de color verde algún espacio o monumento como gesto de saludo a Irlanda.

En 2021, un total de 22 municipios valencianos se sumaron a esta acción, iluminando de color verde sus espacios y monumentos más representativos, lo que hizo de la Comunitat Valenciana el destino turístico con más localidades participando en esta iniciativa.

ITALIA

Road Show Spagna in Italia, 22 – 25 noviembre

Esta actividad, incluida en el Plan Operativo entre Turespaña y Turisme Comunitat Valenciana, proporciona una ocasión única de comercializar nuestra oferta turística directamente con los agentes de viaje de las principales áreas emisoras de turistas en Italia (Milán, Turín, Roma y Nápoles). La gestión de la Oficina Española de Turismo en Milán garantiza la difusión del evento entre los profesionales del sector.

7.6. ACTUACIONES DE PRODUCTO

GOLF

PRESS TRIP con 2 medios checos, 11 – 15 octubre

Entre el 11 y el 15 de octubre visitaron la provincia de Alicante dos medios de comunicación especializados en golf de la República Checa, Golf Digest y el programa Golf Time de la televisión nacional checa, con el objetivo de dar a conocer nuestra oferta turística a este mercado centro europeo.



CRUCEROS

Este sector tuvo una actividad muy reducida durante el 2021. No obstante, se han continuado los contactos y reuniones con los entes relacionados con la promoción de turismo de cruceros en los puertos de la Comunitat Valenciana de cara a la reactivación de este producto en la etapa post COVID'19.

PRODUCTO LGBTQ+

Actualización perfil REGION OF VALENCIA en la asociación ILGTA

Tras la reactivación de nuestra membresía en la asociación ILGTA, en 2021 hemos se procedió a actualizar los datos, información e imágenes de nuestro perfil, contactando todas nuestras marcas turísticas para implicarles en la promoción turística del segmento LGBTQ+ aprovechando el impulso que puede suponer la nominación de Valencia como sede de los GAY GAMES.

Visita comité evaluador candidatura Valencia GAY GAMES 2026, 13 – 17 de agosto

Colaboración en la visita del comité evaluador de la candidatura de València como sede de los Gay Games 2026. Durante su estancia, el comité supervisó la oferta turística e infraestructuras deportivas de la ciudad contando para ello con la colaboración de Turisme Comunitat Valenciana.

MICE

En 2021 se colaboró en los siguientes congresos nacionales:

- Congreso de STAS-Intersindical, 29 al 31 de octubre. Gandia.
- Congreso Nacional de Hospitalidades, 12 al 14 noviembre. Castellón.
- Asamblea Nacional de Estudiantes de Psicología, 26 al 29 noviembre. Valencia.

7.7. OTRAS ACCIONES

ACCIÓN PROMOCIONAL	STAND COMUNITAT VALENCIANA	REALIZADAS
MOSTRA DE TURISME CV, Valencia	3.000 m ²	Del 23 al 24 octubre 2021
FITUR, Madrid	2.053m ²	Del 19 al 23 mayo 2021
FITUR SCREEN-CINE, Madrid	20m ²	Del 19 al 23 mayo 2021
MADRID FUSIÓN, Madrid	48m ²	Del 31 mayo al 2 junio 2021
B-TRAVEL, Barcelona	200m ²	Del 11 al 13 junio 2021
EXPOVACACIONES, Bilbao	100m ²	Del 1 al 3 de octubre 2021
ARATUR, Zaragoza	100m ²	Del 26 al 28 de noviembre 2021
INTUR, Valladolid	100m ²	Del 18 al 21 noviembre 2021

A las anteriores acciones promocionales de asistencia a ferias/certámenes de índole turística llevadas a cabo en 2021 hay que sumar las que fueron canceladas y qué no se pudieron realizar debido a las circunstancias excepcionales ocasionadas por la COVID'19. Las actuaciones canceladas en 2021 fueron:

- **WORLD TRAVEL MARKET**, Londres, noviembre 2020
- **IBTM WORLD**, Barcelona, noviembre 2020
- **NAVARTUR**, Pamplona, febrero 2021
- **SEVATUR**, San Sebastián, marzo 2021



8

**PUBLICIDAD,
MARKETING
ON LINE**

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, 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 mediante convenios nominativos para la mejora de la imagen y la competitividad de la Comunitat Valenciana.

8.1.1. Campañas de publicidad

Durante el año 2021 se han realizado:

Campaña de publicidad autonómica y nacional para la difusión de la oferta turística de la Comunitat Valenciana.

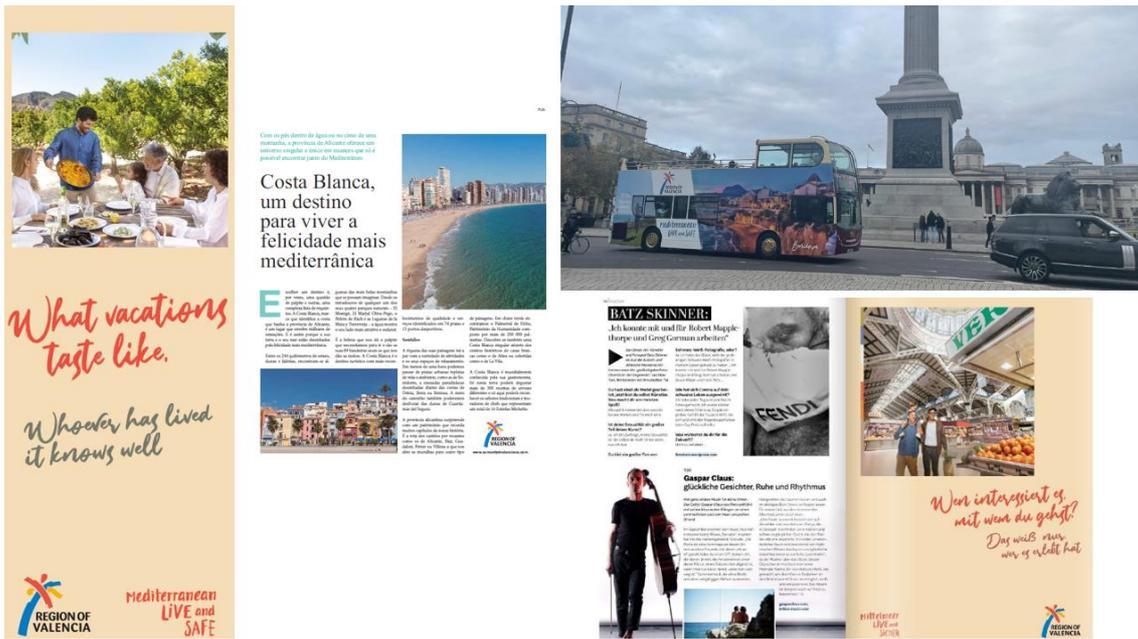
La campaña, desarrollada desde el 23 de junio de 2021 hasta el 31 de diciembre de 2021, responde a la política de promoción basada en la segmentación de mercados y productos enmarcados en los destinos turísticos; diversificación de productos que tiene en cuenta la vertebración territorial y la desestacionalización, posicionando a la Comunitat Valenciana como un destino sostenible, ético y hospitalario. Las actuaciones se realizaron en dos periodos: desde la segunda quincena de junio hasta la segunda quincena de septiembre con el objetivo centrado en el turismo vacacional y desde la segunda quincena de septiembre hasta finales de año se puso el foco en la desestacionalización para convertir la Comunitat Valenciana en un destino preferente durante todo el año. El planteamiento táctico comprendió actuaciones en televisión, radio, prensa y revistas, online, exterior y cine, teniendo en cuenta la estrategia de productos de Turisme Comunitat Valenciana y los mercados nacionales de interés, conjugando los soportes publicitarios del claim “*Quien lo ha vivido lo sabe*” y la colaboración en materia de contenidos. La campaña de publicidad autonómica y nacional, con datos del estudio de notoriedad realizado en diciembre de 2021, obtuvo una notoriedad del 33% y una valoración de 7,9.



Campaña de publicidad internacional para la difusión de la oferta turística de la Comunitat Valenciana:

La campaña se desarrolló desde el 1 junio de 2021 hasta el 31 de diciembre de 2021.

La estrategia engloba un planteamiento de medios 360º, que se desarrolla en cada uno de los mercados en función del grado de alcance de los mismos y en proporción a la afluencia del número de turistas que cada mercado pueda aportar a la Comunitat Valenciana, así como la facilidad y flexibilidad en las conexiones de comunicación, especialmente por vía aérea, entre los distintos mercados de origen y nuestros destinos. Los mercados de corto alcance estarán formados por los países de Europa Occidental (Reino Unido, Francia, Alemania, Holanda, Bélgica, Italia, Noruega, Suecia, Dinamarca, Finlandia y Portugal). Para este grupo se destina el 70% de la inversión con el objetivo de generar una afluencia de un turismo de cercanía o fronterizo, al igual que apoyar a los mercados emisores de turistas con segunda residencia en la Comunitat Valenciana. El segundo gran mercado es el denominado de medio alcance, compuesto por Rusia y países del este, que se lleva un 5% de la inversión total; mientras que la gran apuesta se centró en los mercados de China y EE. UU, por tratarse de mercados emergentes con gran potencial de crecimiento en afluencia de turistas hacia la Comunitat Valenciana.

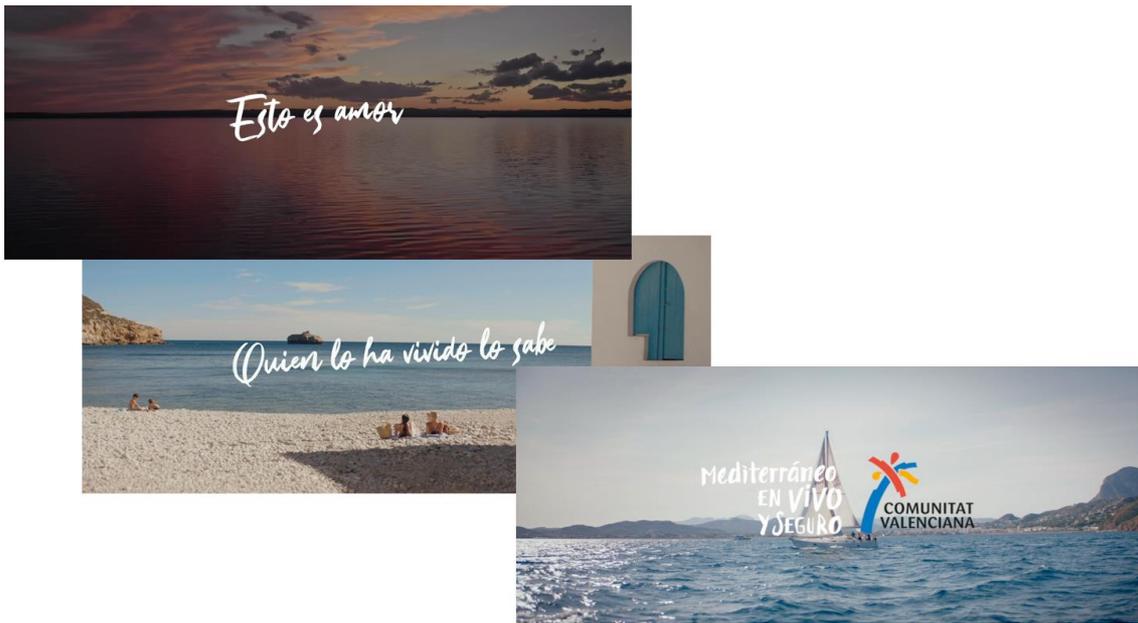


8.1.2. Diseño de creativities y adaptaciones gráficas para el apoyo en la promoción turística

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 2021 se han elaborado las piezas de campaña “*Quien lo ha vivido lo sabe*”, basada en el poema de Lope de Vega, para todos los medios (televisión, gráfica, radio, online y exterior) necesarios para la puesta en marcha de las campañas de publicidad turística autonómica, nacional e internacional.

Todo el material de campaña se adapta y configura en base a la estrategia de producto de Turisme Comunitat Valenciana, dirigidos a los diferentes mercados internacionales.



Asimismo, durante 2021 se ha colaborado con los Servicios de Promoción y Producto en la realización de paneles para Ferias de promoción turística y de productos turísticos específicos, tanto nacionales como internacionales.



8.2. PROMOCIÓN ESPECÍFICA

Mediante convenios con asociaciones sectoriales y entidades locales para la promoción de productos y destinos turísticos, se apoyaron en 2021 actuaciones que tenían como objetivo la difusión y promoción de productos y destinos de la Comunitat Valenciana y aquellas otras de márketing 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 Buñol	Promoción del producto turístico del municipio de Buñol.p
Ayuntamiento de Castellón de la Plana	Promoción del producto turístico del municipio de Castellón de la Plana
Ayuntamiento de Cocentaina	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: feria de todos los santos
Ayuntamiento de Dènia	Plan de promoción de la gastronomía de Dènia y de la Comunitat Valenciana
Ayuntamiento de Gandía	Potenciar la ruta turística de la familia de los Borgia
Ayuntamiento de Lliria	Acciones de promoción del producto turístico del municipio de Lliria
Ayuntamiento de Peñíscola	Plan de promoción del producto cinematográfico de Peñíscola y de la Comunitat Valenciana
Ayuntamiento de Sagunto	Plan de promoción turística del producto cultural a través de las artes escénicas en Sagunto y de la Comunitat Valenciana
Ayuntamiento de Torrevieja	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Habaneras
Ayuntamiento de la Vila Joiosa	Acciones de promoción del producto turístico del municipio de la Vila joiosa
Ayuntamiento de Xàtiva	Potenciar la ruta turística de la familia de los Borgia
Aeropuerto de Castellón (Aerocas)	Promover acciones de publicidad y comunicación turística del Aeropuerto de Castellón
Asociación. Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes (AEVAV)	Acciones de promoción y comercialización de paquetes turísticos de la Comunitat Valenciana
Asociación Club de producto de alojamientos de interior de la Comunitat Valenciana-TEMPS	Apoyo de acciones de promoción y comercialización de la oferta turística de interior de la Comunitat Valenciana

Asociación Cultural Cami del Grial	Creación, impuso y difusión de la Ruta del Grial
Asociación de Empresas de Apartamentos Turísticos Comunitat Valenciana	Promoción de la oferta de apartamentos turísticos de la Comunitat Valenciana
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 Comunitat Valenciana	Acciones de promoción, difusión y desestacionalización turística bajo la marca Mediterranean Fest
Asociación Empresarial Valencia Premium	Promover acciones de turismo excelente en Comunitat Valenciana
Asociación de Empresas de Hostelería de Torre Vieja y Comarca	Acciones de promoción y marketing de la oferta de hostelería restauración de Torre Vieja
Asociación Empresarial Hotelera de Benidorm, Costa Blanca y Comunitat Valenciana- HOSBEC	Actuaciones de publicidad, promoción y comarketing para la difusión de la oferta de Benidorm, Costa Blanca y Comunitat Valenciana en mercado nacional e internacional, incidiendo en este último en el mercado británico (Brexit)
Asociación para la promoción del turismo familiar de la Comunitat Valenciana	Apoyo de la actividad de turismo familiar en la Comunitat Valenciana
Asociación Provincial de	

Hoteles de Alicante	Acciones de promoción y marketing de la oferta hotelera de Alicante
Asociación de San Jorge	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Moros y Cristianos de Alcoy
Associació Valenciana d'Empreses Productores de Teatre, Dansa i Circ- AVETID	Fomento de la imagen de València y la Comunitat Valenciana como referente turismo cultural y artes escénicas.
Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicio y Navegación de Alicante	Apoyo a la promoción de productos turísticos
Confederación de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de la Comunitat Valenciana- COCEMFE	Colaboración para el impulso al turismo accesible en la Comunitat Valenciana, "Turismo para todos"
Confederación de Empresarios de Hostelería y Turismo de la Comunitat Valenciana- CONHOSTUR	Promoción y desarrollo del producto gastronómico de la Comunitat Valenciana
Federación Empresarial de Camping de la Comunitat Valenciana	Realización de acciones de promoción y dinamización de la oferta turística de campings de la Comunitat Valenciana
Federación de Sociedades Musicales de la Comunitat Valenciana	Promover el producto musical valenciano por excelencia de bandas de música locales
Federación de ocio, turismo, juego, actividades recreativas e industrias afines de la Comunitat Valenciana (FOTUR).	Colaboración en actuaciones promocionales de los productos de ocio y turismo de la Comunitat Valenciana
Federación Fallas Sección Especial	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Fallas de Sección Especial
Federación Gestora de	

Gaiatas	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Gaiatas de Castellón
Federación Valenciana de Enoturismo de la Comunitat Valenciana	Fomento y promoción de la Comunitat Valenciana destino turístico
Feria muestrario Internacional de Valencia	Acciones del turismo gastronómico (Gastrónoma). MICE, activo y deportivo
Fundación Cultural Capella de Ministrers	Activar y apoyar el producto turístico cultural a través de acciones de la música.
Fundación Visit Benidorm de la Comunitat Valenciana	Realización de actuaciones de marketing y promoción turística de Benidorm en el ámbito nacional e internacional.
Fundación de Turismo de Montanejos de la Comunitat Valenciana	Acciones de promoción y difusión del producto turístico en Montanejos
Fundación Visit València de la Comunitat Valenciana	Fomento de la imagen de la ciudad de València como referente en el turismo de los distintos productos, a destacar, el cultural, urbano, gastronómico, deportivo, familiar y de negocios (MICE).
Institución Ferial Alicantina (IFA)	Apoyar las actuaciones del turismo gastronómico, náutico, cultural y familiar.
Instituto Seda España	Promover actuaciones de promoción turística del producto ruta de la seda
Asociación Club del Producto Turístico Introducing Castelló	Acciones de promoción y marketing de la oferta turística de la provincia de Castellón
Palau de les Arts Reina Sofía. Fundación de la Generalitat	Acciones de promoción y marketing de la cultura de la Comunitat Valenciana en colaboración con el Palau de les Arts Reina Sofía.
Patronato Municipal de Turismo de Alicante	Realización de acciones de promoción y márketing del producto turístico del municipio de Alicante
Plataforma representativa	Colaboración para el impulso al turismo accesible en la Comunitat, "Turismo para todos"

estatal de personas con discapacidad física (PREDIF)	
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 de la oferta turística de la Comunitat Valenciana
Asociación Unesco València Mediterráneo	Promover actuaciones de promoción turística del producto Ruta de la Seda
Organismo autónomo VISITELCHE	Potenciar la promoción turística en la ciudad de Elche

CAMPAÑAS MEDIDAS COVID



8.3. MARKETING ON LINE

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

- * El Portal Turístico de la Comunitat Valenciana, que es la interface web multicanal y responsive dotado de inteligencia web que presenta los contenidos turísticos de la Comunitat Valenciana
- * Estrategia de Marketing Online, que abarca las acciones de marketing de contenidos de forma global, la gestión de las redes sociales que la componen, así como el diseño y la ejecución de acciones de publicidad digital para el destino Comunitat Valenciana en mercados nacionales e internacionales incluyendo estos últimos mercados de proximidad como son Reino Unido, Alemania y Francia y otros lejanos como 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

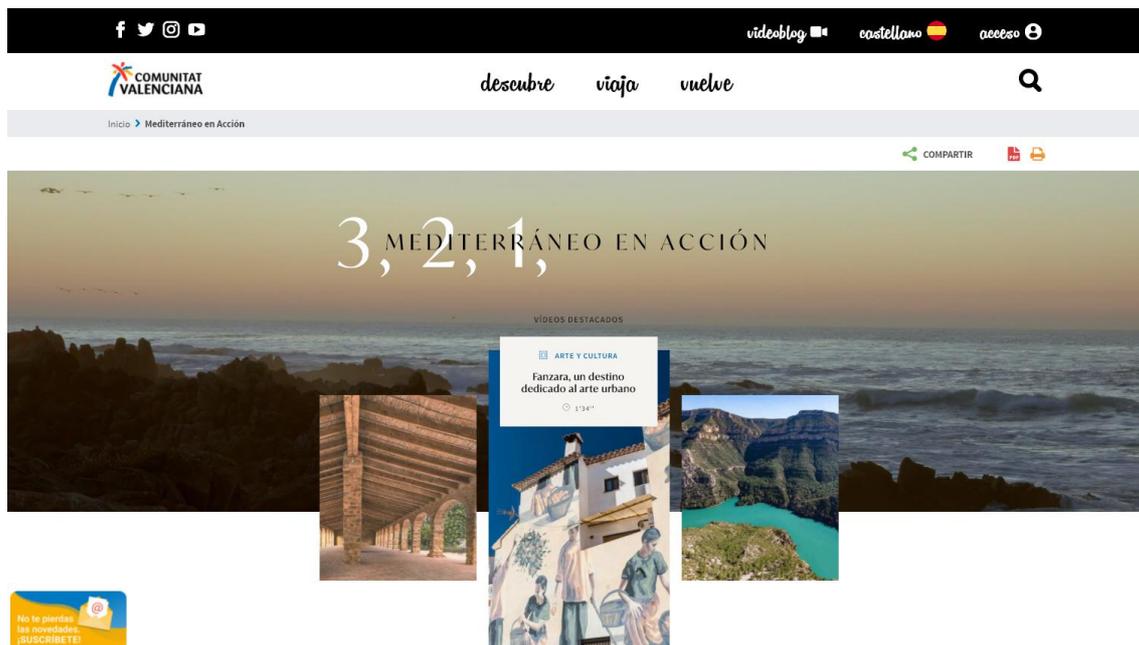
2021 ha sido el primer año completo del nuevo portal turístico www.comunitatvalenciana.com, portal que cuenta con nueva imagen, nueva tecnología, nuevos contenidos y secciones, y nueva estrategia.



El portal turístico y todas sus funcionalidades se convierten en el Sistema de Gestión Integral del Destino Comunitat Valenciana, herramienta omnicanal, que permite el acceso a los contenidos desde cualquier tipo de dispositivo. A lo largo del año 2021, los diferentes elementos que

conforman el portal han ido evolucionando de la siguiente manera:

Videoblog. Bajo el nombre de Mediterráneo en Acción esta nueva sección nace con un claro objetivo: potenciar el conocimiento, la notoriedad, la reputación y el posicionamiento de la marca turística Comunitat Valenciana. Además, busca dar una mayor visibilidad a los diferentes destinos y al portal turístico a nivel nacional e internacional, ofreciendo al usuario la posibilidad de realizar un recorrido por todo el territorio, la oferta y los recursos turísticos de la Comunitat Valenciana a través de vídeos de gran calidad.



Los vídeos se categorizan en siete temas diferentes; Actividades y Planes, Arte y Cultura, Fiestas y Eventos, Gastronomía, LGTBI+, Naturaleza y Sostenibilidad, y Turismo Accesible e Inclusivo. Se producen vídeos en los cinco idiomas del portal y se organizan por provincias.

La sección de Videoblog se presentó en julio de 2021, y hasta el 31 de diciembre se publicaron un total de 102 vídeos en los cinco idiomas del portal. Esta nueva sección tuvo un total de 18.486 visitas.

IDIOMA	Nº VÍDEOS PUBLICADOS	VISITAS A LOS VÍDEOS	SESIONES WEB VIDEOBLOG	USUARIOS
Español	65	9.282	15.220	12.312
Valenciano	13	96	440	300
Inglés	8	481	1.295	1.119
Francés	8	260	669	570

Alemán	8	429	862	706
--------	---	-----	-----	-----

Plataforma Profesional. Desde sus inicios, el portal permite la gestión de la información turística a terceros, las oficinas de la Red Tourist Info, y durante el 2021 se ha estado desarrollando la herramienta para que los titulares de las empresas turísticas puedan administrar los datos de sus propias empresas.



El 33,41% de las páginas visitadas en el portal turístico fueron contenidos relacionados con la red de Webcams de la Comunitat Valenciana. En cuanto al boletín turístico, el número total de suscriptores activos a final del 2021 fue de 40.383, 24.802 de los vinculados al Programa Bono Viaje Comunitat Valenciana 2021, distribuyéndose por grupo-idioma según la siguiente tabla:

IDIOMA	Nº SUSCRITORES A 31/12/2021
Español	36.952
Inglés	1.871
Francés	615
Alemán	571
Valenciano	374
TOTAL	40.383

Cabe destacar que la Base de Datos del Bono Viaje está formada por aquellas personas que, habiendo participado en la Campaña Bono Viaje 2021, autorizaron ser contactados por Turisme Comunitat Valenciana para otro tipo de comunicaciones de promoción turística.

La Enciclopedia de Contenidos. Herramienta que permite el almacenamiento centralizado y la distribución de los elementos multimedia al SGIDCV y a terceros, sigue creciendo, convirtiéndose en un gran repositorio de recursos multimedia, imágenes, vídeos... que son el activo más importante del portal turístico Comunitat Valenciana.

El portal turístico se ha consolidado, además, como el repositorio centralizado de recursos turísticos de la Comunitat Valenciana, gracias a la sincronización con diversas bases de datos, como las de Experiencias de la Comunitat Valenciana o del Registro Oficial de Empresas, convirtiéndose en el escaparate del turismo de la Comunitat Valenciana.

Con todo ello, el portal turístico recibió en 2021 más de 3,6 millones de visitas de más de 1.400.000 usuarios procedentes principalmente de España (77,94%) y de los mercados emisores más consolidados para la Comunitat Valenciana.

Como son Francia (4,02%), Reino Unido (2,99%), Alemania (4,23%), Bélgica (1,44%) y Holanda (1,17%); si bien cabe destacar que las visitas al portal desde Estados Unidos (1,53%) continúan un año más por delante de Bélgica y Holanda. Las visitas procedieron de 212 países distintos.

En cuanto el medio de acceso al portal, durante el 2021 ha seguido aumentando el uso de los dispositivos móviles frente al ordenador, siendo el dispositivo móvil el medio más (65,77%).

Destacar así mismo que, en marzo de 2021, se modificaron los formularios de suscripción al boletín de manera que los nuevos suscriptores pudieran indicar cuál era su Perfil de Viajero (Pareja, Familia, Deportista, Grupo de amigos o LGBTi) pudiendo con ello con una BBDD segmentada por perfil en los cinco idiomas del portal.

SUSCRIPTORES POR PERFIL		ACUMULADO A 31/12/21	Nº TOTAL SUSCRIPTORES CON PERFIL
Español	Pareja	207	828
	Familia	214	
	Deportista	19	
	Grupo de amigos	85	
	LGTBi	6	
	TOTAL	531	
Valenciano	Pareja	15	
	Familia	26	
	Deportista	5	
	Grupo de amigos	4	
	LGTBi	1	
	TOTAL	51	
Inglés	Pareja	74	
	Familia	25	
	Deportista	6	
	Grupo de amigos	11	
	LGTBi	2	
	TOTAL	118	
Francés	Pareja	40	
	Familia	19	
	Deportista	1	
	Grupo de amigos	1	
	LGTBi	2	
	TOTAL	63	
Alemán	Pareja	28	
	Familia	15	
	Deportista	9	
	Grupo de amigos	13	
	LGTBi	0	
	TOTAL	65	

8.3.3 Red de Webcams

La Red de Webcams de la Comunitat Valenciana, con setenta y seis cámaras distribuidas a lo largo del territorio de las tres provincias, rebasó ampliamente 1.200.000 visitantes durante 2021. Con el fin de mejorar la calidad del servicio y ofrecer una experiencia de calidad a los usuarios, se realizaron las siguientes actuaciones:

Continuación de la sustitución de equipos iniciada en 2020, con diecinueve cámaras más en 2021, por lo que ya son treinta y ocho (el 50%) de toda la red, las reemplazadas con equipos más modernos y por tanto de mayor calidad, además todas ellas cuentan con el sistema de autolimpieza programado para que se realice periódicamente, y con la posibilidad de forzar la limpieza en caso necesario.

Pruebas piloto de tres webcams en 2020 en versión streaming, se finalizó el 2021 con treinta y nueve webcams retransmitiendo en este formato, ofreciendo una mejor calidad de la imagen y por supuesto, en video real mejorando notablemente la experiencia del usuario.

Mejora tanto de la página principal de la Red de Webcams, como la web recurso de cada una de ellas, con la mejora en cuanto a imagen que eso supone.



8.3.4. Estrategia de Marketing Online para la Comunitat Valenciana

Durante 2021 se continuó con la ejecución de la IIª Estrategia de Marketing Online de Turisme Comunitat Valenciana y que está compuesto por:

- ✓ 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
- ✓ Estrategia o Plan de Medición, Comunicación y Eventos

Cada una de ellas con la siguiente distribución de grandes tareas:

ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDOS
Administración y dinamización del portal turístico
Videoblog turístico de la CV
Agenda de eventos turísticos y fiestas de la CV
ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES E INFLUENCERS
Estrategia redes sociales
Estrategia con influencers
Estrategia Mobile Marketing
ESTRATEGIA EMAIL MARKETING Y BBDD
ESTRATEGIA SEM Y PUBLICIDAD
Publicidad en operadores turísticos y agencias online
Redes sociales viajeras y metabuscadores
Estrategia SEM y publicidad
PLAN DE MEDICIÓN, COMUNICACIONES Y EVENTOS

A. Estrategia de Marketing de Contenidos:

Administración y dinamización del portal turístico <https://www.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 2021 los siguientes contenidos en los cinco idiomas del portal (ES, VAL, EN, FR y DE).

Contenidos editoriales:

TIPO DE CONTENIDO	CONTENIDOS	URL GENERADAS
Páginas de destino	91	455
Noticias sobre eventos	48	240
Propuestas de viaje	143	715
Nuevos contenidos	61	305
TOTAL	343	1.715

Contenidos audiovisuales:

TIPO DE CONTENIDO	CONTENIDOS
Microvídeos	225
Imágenes para contenidos	992
Imágenes Agenda eventos	1.070
TOTAL	2.287

Fichas de producto:

TIPO DE CONTENIDO	CONTENIDOS	URL GENERADAS
Fichas de producto (monumentos, museos, parques naturales, espacios naturales, ...)	286	1.430



Optimización SEO. Fichas de empresas turísticas, agenda y Fiestas:

Optimización SEO de las páginas específicas “Aprender Español” y “Turismo de Congresos”. En concreto, se trabajaron las fichas de las escuelas pertenecientes de FEDELE CV y las fichas de los Recintos para ferias y congresos (landings, textos descriptivos, datos de contacto y galería de imágenes). Además, se actualizaron las Banderas Azules concedidas en 2021 y las imágenes de las empresas turísticas con las que se contactó para la elaboración de las Propuestas de Viaje del portal.

TIPO DE CONTENIDO	PÁGINAS OPTIMIZADAS	URL ACTUALIZADAS
Aprender Español	13	65
Turismo Congresos	17	85
Recetas	1	5
Agenda	921	4.605
Fiestas	68	340

Videoblog:

El videoblog de la Comunitat Valenciana, Mediterráneo En Acción, dispone de su propia estrategia tanto en el mercado nacional como en el internacional. Los contenidos se enmarcan dentro de las categorías: Actividades y Planes, Arte y Cultura, Fiestas y Eventos, Gastronomía, LGBTI+, Naturaleza y Sostenibilidad y Turisme Accesible e Inclusivo

Durante el primer semestre de 2021 se trabajó en la campaña de lanzamiento del Videoblog (teasers para redes sociales, video genérico lanzamiento y difusión en medio), que finalmente se publicó el 7 de julio de 2021, y en la producción de los videos que debían lanzarse en dicha fecha y a partir de ella. Durante el periodo comprendido entre el 7 de julio y el 31 de diciembre de 2021, se han publicado un total de 102 piezas:

IDIOMA	Nº VÍDEOS PUBLICADOS
Español	65
Valenciano	13
Alemán	8
Francés	8
Inglés	8
TOTAL	102

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 nuestra marca turística. En diciembre de 2021 el número de seguidores de la Comunitat Valenciana por red social fue el siguiente:

	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	YOUTUBE
Seguidores	290.249	122.065	112.384	4.240

Siendo el número total de publicaciones realizadas durante 2021 el siguiente:

Facebook nacional: 741	Facebook Internacional: 318
Twitter nacional: 1.166	Twitter Internacional: 253
Instagram Post: 262	Instagram Stories: 434
Youtube (PPT): 20	

De igual modo, se ha enviado a la Red de Oficinas Españolas de Turismo (OET) en el mundo un total de cincuenta y ocho contenidos para redes (copies e imágenes) a lo largo de todo el 2021.

Ejemplo de un content calendar para las OETs (noviembre 2021)

#	País	Post	Copy	Edición	Comunidad	Comunidad enlace	Feedback
1	Francia	1	Les gâteaux de Noël, en el norte de la Comunidad Valenciana, se elaboran en una gran variedad de formatos con rellenos variados y otros complementos. ¿Os imagináis cuáles podrían ser estos rellenos? #MediterreneoDiciembre		https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	
2		2	En Valencia, junto al Jardín del Rey Turis, puedes encontrar una de las piscinas más importantes del mundo. Te animo a hacer un recorrido virtual antes de visitarla! #MediterreneoDiciembre		https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	
3	Alemania	1	Siempre bañados por el Mediterráneo en las playas de Castellón, en la Comunidad Valenciana, nos gusta disfrutar al agua. ¿Te animas a descubrir la primera playa? #MediterreneoDiciembre		https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	
4		2	La Comunidad Valenciana se convierte en el hogar de increíbles especies de aves migratorias en otoño. ¿Por qué no descubrir una visita guiada al Mediterráneo para aprender #MediterreneoDiciembre?		https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	
5	UK	1	La Costa Blanca es perfecta para el golf. Descubre los campos que existen en esta región del Mediterráneo y cómo los expertos locales ayudan a los turistas a disfrutar de la Comunidad Valenciana. #MediterreneoDiciembre		https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	
6		2	Desde ciudades antiguas al calor de las playas mediterráneas. ¿Qué puedes ver al salir de Valencia? Si es un momento perfecto para ver algunas de las mejores vistas. #MediterreneoDiciembre		https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	
7	Belgia	1	¿Un viaje en el tiempo? Descubre Valencia, una ciudad medieval al norte de la Comunidad Valenciana, y recorre su centro a sus calles llenas de encanto, artesanía y una gastronomía más tradicional. #MediterreneoDiciembre		https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	
8		2	Visita esta ciudad singular y única del Mediterráneo en un viaje perfecto para sus amantes que disfrutan de la Comunidad Valenciana, en la Comunidad Valenciana, y alrededores de sus calles y plazas. #MediterreneoDiciembre		https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	
9	Spain	1	Puedes aprender muchas cosas de Valencia simplemente sentándote a ver pasar la gente en su casco antiguo. Te invitamos a descubrir la historia y por el sur del casti descubra la historia. #MediterreneoDiciembre		https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	
10		2	En Valencia puedes encontrar uno de los bañeros más famosos del mundo de la Comunidad Valenciana. Descubre la historia y cómo se creó este baño en la bahía de Sagunto. #MediterreneoDiciembre		https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	https://www.instagram.com/comunitatvalenciana/	

En relación con el Videblog, indicar que los videos publicados en 2021 alcanzaron las siguientes visualizaciones:

IDIOMA	Nº VÍDEOS PUBLICADOS	VISUALIZACIONES
Español	65	69.375
Valenciano	13	1.131
Alemán	8	4.334
Francés	8	6.303
Inglés	8	5.439
TOTAL	102	86.582

Las publicaciones que mayor impacto tuvieron en redes sociales durante 2021 fueron las siguientes:

Facebook: El post publicado en agosto sobre el Paseo Ecológico entre Benissa y Calp.



Instagram: El vídeo de la campaña de Publicidad offline “Quien lo ha vivido lo sabe”:



Alcance	97.077
Impresiones	107.429
Interacciones	22.481

Twitter: El post relativo a la indumentaria valenciana durante las Fallas no celebradas en marzo de 2021.



Comunitat Valenciana @c_valenciana
 La seda, los colores, sus estampados... Cada traje de fallera es único y especial. Y hoy queremos homenajear a todo ese gremio que hace magia con sus manos, que crea ilusiones a través de estos trajes tan nuestros.
[#MediterráneoEnVivo](#)
[#MásFallerosQueNunca](#) [#Fallas2021](#)
pic.twitter.com/xjjhc4tO20

Impresiones	105.423
Interacciones	6.008

Youtube: El vídeo “Cocinando una paella valenciana”
(para el videoblog Mediterráneo En Acción)



Visualizaciones	27.177
Tiempo de visualización (horas)	492.8

Visita de los influencers nacionales e internacionales

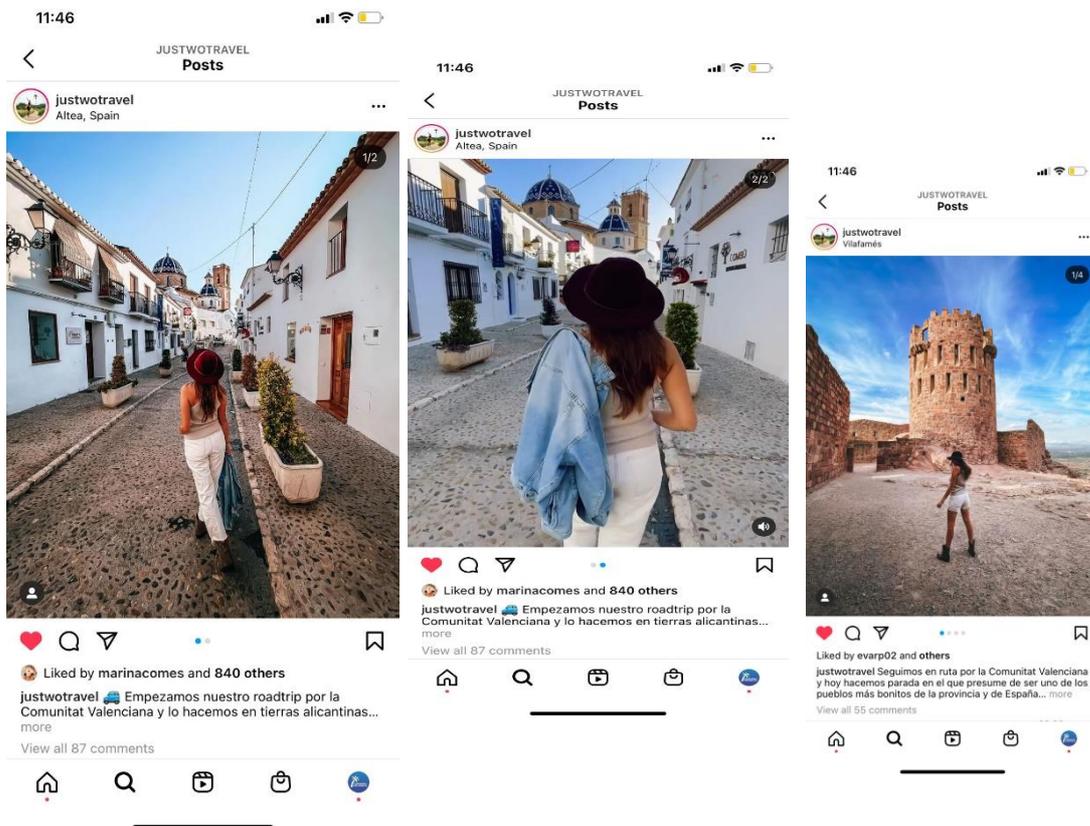
Marina Comes, España

Cuándo	Del 9 al 13 julio de 2021
Dónde	El viaje comenzó en la ciudad de Alicante y fue subiendo hasta llegar a Peñíscola. En su recorrido visitó distintas localidades como Villajoyosa, Calp, distintas playas de la Costa Blanca, Altea, Benidorm, la ciudad de València y la Albufera, las playas de la Sierra de Irta y, finalmente, Peñíscola.
Qué publicó	4 imágenes en el feed 1 Reels 40 stories



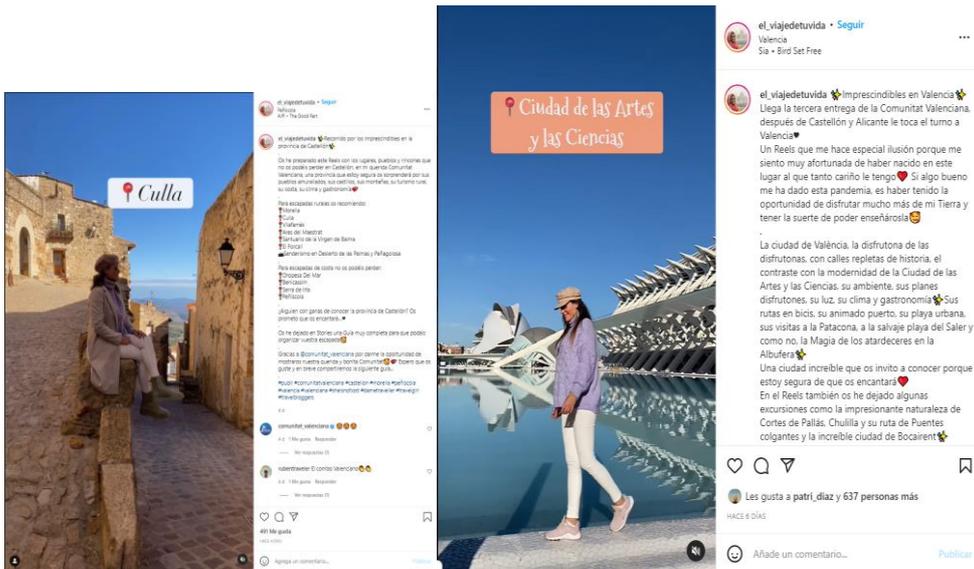
Justwotravel, España

Cuándo	Del 26 al 29 de octubre de 2021
Dónde	Los influencers comenzaron su viaje en la provincia de Alicante, visitando localidades como Dénia, Altea o Benidorm. La segunda provincia que visitaron fue la de Castellón, recorriendo Vilafamés, Benicasim y la excursión de la Vía Verde entre Benicasim y Oropesa, para mostrar a sus seguidores opciones de planes que se pueden hacer con niños. Finalmente llegaron a la provincia de Valencia y visitaron la Marjal dels Moros, la playa de la Patacona y València.
Qué publicó	3 publicaciones en el feed 66 stories, además de la creación de un destacado en el perfil que recoja todas esas publicaciones.



El viaje de tu vida, España

Cuándo	Noviembre y diciembre de 2021
Dónde	Esta influencer publicó 3 guías de viaje, 1 por provincia, publicando contenido de Culla, Morella, Vilafamés, Ares del Maestrat, Santuario de la Virgen de Balma, Peñíscola, Benicasim, Forcall, Serra de Irta, València, Alboraya, El Saler, La Albufera, Cortes de Pallás, Chulilla, Bocairent, Alicante, Jijona, Elche y Santa Pola.
Qué publicó	3 Reels 72 stories más la creación de un destacado



Steven Herteleer, internacional, Francia

Quando	Septiembre de 2021
Donde	Este influencer francés realizó un viaje por toda la Comunitat Valenciana recorriendo los municipios de Benicasim, Vilafamés, Chulilla, València, Xátiva, Benidorm, Altea, Moraira,
Qué publicó	2 publicaciones en el feed 60 stories más la creación de un destacado



C. Email Marketing

La estrategia de envío de boletines a los suscriptores se ha ido adaptando durante 2021, pasando a ser una estrategia en la que se hacen cinco tipos distintos de envío:

- Boletín inspiracional nacional
- Boletín inspiracional internacional
- Boletín informativo nacional
- Boletín especial o de campaña
- Boletín Bono Viaje: concebido para recordarles a las personas que han sido asignados un código que deben hacer la reserva.

Durante 2021 se enviaron un total de cincuenta y ocho boletines:

Nacional	17
Internacional	8
Mercado belga (FR y ND)	5
Especial o de Campaña	11
Bono Viaje 2021	17
TOTAL	58

En junio de 2021 se acordó con la OET de Bruselas que los boletines generados para el mercado internacional se traducirían también a neerlandés y que se les enviaría el html en francés y neerlandés para poder enviar a su base de datos. En total se les enviaron cinco boletines.

Durante 2021 la segmentación que se trabajó fue la del Grupo “IDIOMA de suscripción al boletín” en español, valenciano, inglés, francés y alemán.

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

Para este 2021 tenemos un deseo: volver a vernos
Adéntrate en la Comunitat Valenciana
Saca tu lado más fallero
Comunitat Valenciana, una primavera llena de color
Tu BonoViatgemCV te está esperando
Hay experiencias que no se pueden explicar. Quien lo ha vivido, lo sabe
3,2 1 ...¡Mediterráneo en Acción!
Dale la bienvenida al verano con estos planes
Septiembre llega cargado de planes en la Comunitat Valenciana
Revive las Fallas 2021
Celebra el Día Mundial de la Paella
Día Mundial del Turismo 2021: Turismo para un crecimiento inclusivo
Da la bienvenida al otoño en la Comunitat Valenciana
Mostra de Turisme de la Comunitat Valenciana 2021
Experiencias de otoño en la Comunitat Valenciana
Planea tu Navidad más mediterránea
La Comunitat Valenciana celebra contigo todo lo bueno por Navidad

D. SEM y Publicidad Digital

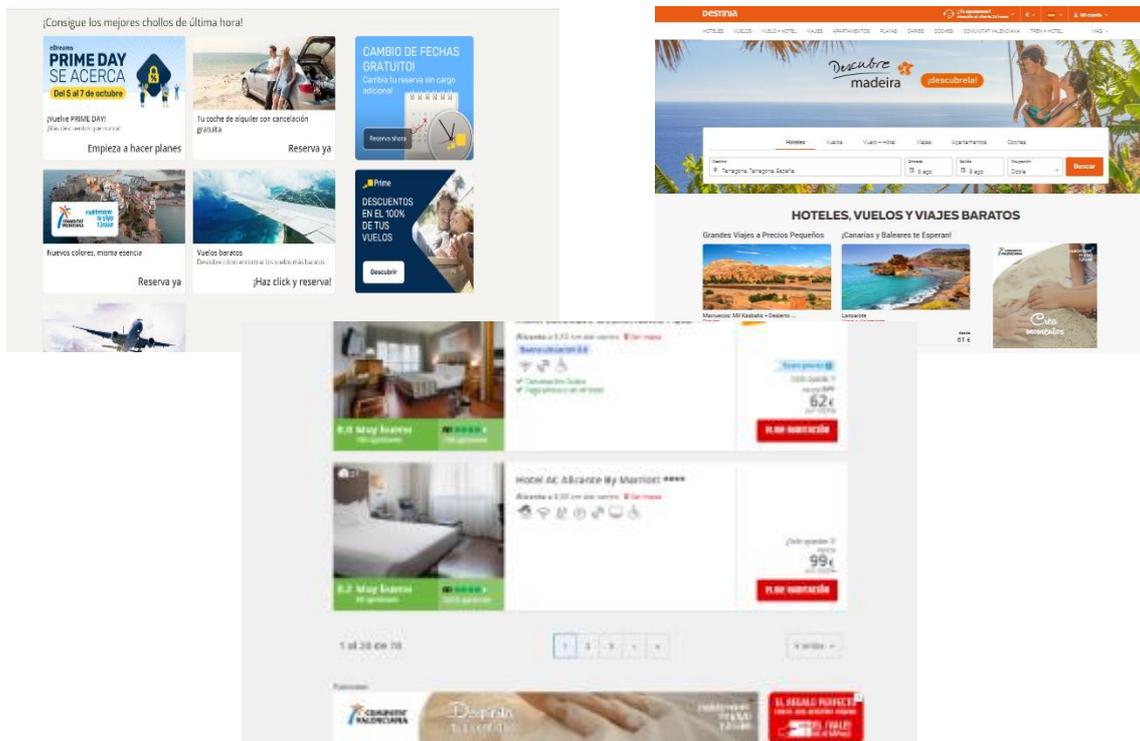
Durante 2021 se continuó realizando campañas en Social Ads y Google Ads así como campañas en OTAs, Metabuscadores y RRSS Viajeras. Los resultados medidos en impresiones obtenidas en cada uno de los canales mencionados en 2021 fueron los siguientes:

	IMPRESIONES OBTENIDAS
OTAs nacional (6)	61.903.360
OTAs internacional	10.909.045
TOTAL	72.812.405
Metabuscadores (2) y RRSS Viajeras (2) nacional	9.697.966
Metabuscadores (2) y RRSS Viajeras (2) internacional	775.140
TOTAL	10.473.106
Social Ads + Google Ads nacional	30.422.961
Social Ads + Google Ads internacional	7.468.635
TOTAL	37.891.596

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 tipo realizadas por las 6 OTAs seleccionadas para la Estrategia de Marketing Online del 2021 fueron las siguientes:



Mercados objetivo	España.
Acciones realizadas	Campañas de puentes Envío de Newsletter. Campaña de Branding Optimización de Microste
Canales	Web +App + RRSS + Email

DESTINIA

Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania.
Acciones realizadas	Campaña de puentes Campaña de Branding (Nacional e Internacional) Optimización de Microste
Canales	Web + App



Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania.
Acciones realizadas	Campañas de puentes Campaña de Branding (Nacional e Internacional) Post promocionado en Redes Sociales. Optimización de Microste
Canales	Web + App + RRSS



Mercado	España.
Acciones realizadas	Campañas de puentes Campaña de Branding Post promocionados en Redes Sociales. Optimización de Microste
Canales	Web + App + RRSS



Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania.
Acciones realizadas	Campañas de puentes Campaña de Branding Optimización de Microste
Canales	Web + App

lastminute.com



rumbo

Mercados objetivo	España, Reino Unido, Francia y Alemania.
Acciones realizadas	Campañas en puentes Envío de Newsletter. Posts Promocionados en Redes Sociales. Optimización de Microste
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	Campañas de puentes (Nacional) Campaña Branding (Nacional)
Canales	Web + App

Redes sociales viajeras

Mercado objetivo	España.
Acciones realizadas	Campañas de puentes Menciones de la cuenta de Instagram de la Comunitat Valenciana por influencers Acciones especiales en IG
Canales	Web + App + RR.SS



Mercados objetivo	España y Reino Unido.
Acciones realizadas	Campañas de puentes Publicación de post en el blog de la web. Campaña Branding (Nacional)
Canales	Web + App

SEM

En cuanto a las campañas de Ads, tanto en Facebook como en Twitter, Instagram y Youtube tuvieron alcance tanto nacional como internacional.



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.

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 cuatro 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 adhoc para el proyecto.

Las notas de prensa enviadas a lo largo de 2021 fueron las siguientes:

NOTAS DE PRENSA 2021	FECHA DE ENVÍO
Turisme apuesta por la cultura y los artistas locales para promocionar la Comunitat Valenciana	29/01/21
Turisme Comunitat Valenciana pone en marcha acciones digitales para promover las Fallas 2021	09/03/21
Turisme Comunitat Valenciana apuesta por una campaña digital para reactivar el turismo local en Semana Santa y acercarse al nacional	26/03/21
"Quien lo ha vivido lo sabe", la nueva campaña de Turisme Comunitat Valenciana, apuesta por los medios digitales	04/06/21
Turisme Comunitat Valenciana pone en marcha acciones digitales para promover les Fogueres de Sant Joan d'Alacant	18/06/21
Mediterráneo en Acción, una nueva forma de conocer la Comunitat Valenciana	07/07/21
Turisme Comunitat Valenciana pone el foco en los contenidos audiovisuales para la difusión de las Fallas 2021	30/08/21
Turisme Comunitat Valencia propone experiencias, planes y eventos para los puentes de octubre, noviembre y diciembre	01/10/21
Inspiración mediterránea en la estrategia de comunicación digital de La Mostra de Turisme	20/10/21
Turisme Comunitat Valenciana lanza una sección de Itinerarios por días en su portal web	30/11/21

Durante 2021 se llevaron a cabo varias campañas especiales en las que se invirtieron recursos y medios de todas las subestrategias. Estas fueron:

- Ruta del Grial
- Campaña Magdalena 2021: solo afectó a redes sociales
- Campaña Fallas-marzo 2021
- Campaña Semana Santa
- Turismo Cultural
- Quien lo ha vivido lo sabe
- Fogueres de Sant Joan
- Gay Games: solo afectó a redes sociales
- Campaña Fallas-septiembre 2021
- Campaña Puentes: octubre, noviembre y diciembre de 2021
- Mostra de Turisme 2021
- Navidad 2021

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

Mercado ruso: Los elementos básicos son el desarrollo de una página web localizada y la dinamización de las redes sociales propias del mercado ruso con publicidad en diferentes medios.

En 2021, se realizaron las siguientes tareas en el portal a nivel de contenidos:

Promoción de la web en ruso <https://ru.comunitatvalenciana.com/>

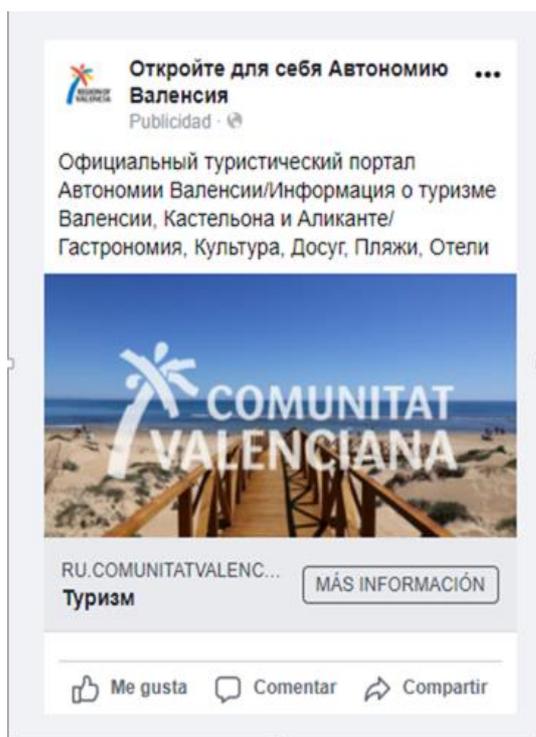


Inserción en la web de entradas de forma continua.

Semanalmente se envió de manera automática un boletín de noticias con los últimos artículos de la web a todos los suscriptores, grupo formado por los suscritos al portal turístico en ruso y a la revista digital Impuls Plus, esto es, algo más de 50.000 direcciones de email. Asimismo y de forma mensual, 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.

Promoción en los perfiles en redes sociales (Facebook, Twitter, 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.



Con el objetivo de difundir y comunicar la puesta a punto y las campañas puntuales de la Estrategia de Marketing Online en este mercado, se difundieron periódicamente Notas de Prensa acompañadas de imágenes evocadoras del destino Comunitat Valenciana.

Mercado chino: Los elementos básicos 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.

Durante 2021 se ha promocionado el sitio web <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 Turisme Comunitat Valenciana en las redes sociales chinas WeChat y Weibo.



Publicidad en medios digitales

Además, se reforzó la estrategia con un plan de publicidad en los siguientes canales:

Weibo Advertising, WeChat Account Ads, WeChat Banner Ads.



8.4. PUBLICACIONES

En el marco de las acciones para la comunicación de la marca Comunitat Valenciana, durante 2021, 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 nuestra imagen turística.

Se puso en marcha un concurso público de reimpresiones de las publicaciones 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 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 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 chino).



FLYERS CULTURALES

- Territorio Borgia (en castellano).
- Camins de Dinosaurios (en castellano, valenciano e inglés).
- Ruta del Grial (en inglés y francés).
- Ruta de la Seda (en castellano).

FLYERS TEMÀTICS

- Destino acogedor en castellano e inglés
- Gastronomía en castellano e inglés
- Turismo de interior en castellano e inglés



CARTOGRAFÍA

- Plano de Valencia (en castellano, inglés, francés y alemán).
- Mapa turístico de la Comunitat Valenciana (en castellano e inglés).
- Mapa de inmersiones y buceo (en inglés y francés).

GUÍAS TEMÀTICAS

- Guía de cicloturismo
- Guía de Turismo activo y de naturaleza
- Guía de rutas
- Guía de senderismo

Por último, se realizó el merchandising básico 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.



9

OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

9.1. INTRODUCCIÓN

La Ley 15/2018, 7 de junio, de la Generalitat, de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana en su artículo 42 establece:

«La red Tourist Info se configura como un instrumento de desarrollo de la política turística de las administraciones públicas de la Comunitat Valenciana y se orienta a proporcionar un conjunto integral de servicios de información turística durante todo el año, contribuyendo a difundir el conocimiento de sus recursos y productos, facilitando asistencia y orientación turística, fomentando la hospitalidad y coadyuvando a optimizar la gestión de la experiencia turística. Excepcionalmente, en el marco de la red Tourist Info, se podrán habilitar puntos de información en cooperación con entidades locales interesadas o empresas del sector».

En base a ello, el objetivo del Programa RED TOURIST INFO es ofrecer al turista un servicio de información y acogida y una imagen homogénea en todo el territorio a través de las oficinas de información turística. Las oficinas se organizan bajo la estructura corporativa de la Red Tourist Info, que promueve y gestiona la Generalitat, a través de Turisme Comunitat Valenciana, con oficinas propias y de gestión local, incidiendo así en la satisfacción y fidelización del cliente y en la mejora de la gestión turística de los destinos. El modelo de gestión se basa en servicios de calidad, vinculados a la marca Comunitat Valenciana; en sistemas de trabajo y materiales homologados para toda la Red y en la cualificación profesional de los informadores que atienden de forma personal y directa al cliente durante su estancia.

La misión de la Red Tourist Info es:

«Prestar un servicio integral de información turística, ofreciendo una imagen de calidad de la Comunitat Valenciana, con respeto a las singularidades de los distintos destinos turísticos, erigirse en herramienta de interlocución entre las Administraciones públicas y el tejido empresarial de la Comunitat Valenciana para la generación y promoción de productos y servicios turístico; y todo ello con el propósito de fidelizar los turistas que visitan la Comunitat, diversificar el producto turístico valenciano y lograr la satisfacción personal y profesional de técnicos e informadores de las Oficinas Tourist Info».

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 229 oficinas de información turísticas adscritas, así como 19 puntos de Información turística, distribuidas territorialmente por toda la Comunitat Valenciana.

9.2. LA GESTIÓN DE LA RED EN EL MARCO DE LA ALERTA SANITARIA POR EL COVID'19

La pandemia provocada por el COVID'19 ha seguido presente durante el año 2021, con mayor o menor intensidad. En línea con el grado de vacunación de la población, tanto nacional como internacional, y el desarrollo e implantación del denominado pasaporte COVID, a través del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info, se aconsejaron medidas diversas de continuación o relajación de medidas de prevención del COVID-19, al amparo de las normas sanitarias dictadas en cada momento, manteniendo la apertura y operatividad de sus oficinas. Durante 2021 se actualizaron los Planes de Contingencia de las Oficinas Red Tourist Info, para dar respuesta a las circunstancias cambiantes de la pandemia y sus consecuencias en la atención al turista y a los proveedores de oferta. Los planes conllevaron:

- Incremento paulatino de aforos.
- Mantenimiento medidas pasivas de protección: mamparas; señales de distancia física; mascarillas; carteles informativos.
- Mantenimiento medidas activas de protección: limpieza especial; uso de geles hidroalcohólicos; ventilación reforzada de las Oficinas.
- Condiciones de apertura de zonas de autoservicio.
- Condiciones de puesta en marcha de pantallas táctiles informativas.



9.3. COBERTURA DE LA RED

9.3.1. Cobertura jurídica-Convenios

El Consell aprobó, por acuerdo de 8 de febrero de 2019, un convenio tipo de colaboración entre Turisme Comunitat Valenciana y ciento cuarenta entidades locales -ciento treinta y siete municipios, dos mancomunidades y una entidad local menor-, que ha permitido desde entonces la renovación y actualización de los convenios suscritos con dichas entidades para el desarrollo del programa Tourist Info. 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 2021 Turisme Comunitat Valenciana ha seguido el proceso de actualización mediante la figura del Convenio Tipo; al mismo tiempo ha promovido convenios específicos sin contenido económico; y por último Convenios para la adhesión de nuevos municipios a la Red Tourist Info. En total, en 2021, se han suscrito diecinueve Convenios Tourist Info con la siguiente desagregación:

Catorce convenios tipo de actualización de su adhesión a la Red Tourist Info

PROVINCIA	MUNICIPIO / MANCOMUNIDAD
Alicante	Castalla, Callosa de Segura, L'Alfàs del Pi y Teulada
Castellón	Alcalà de Xivert, Moncofa, Navajas, Sant Mateu, y Vilafranca,
València	Anna, Cheste, Llutxent, Moixent y Oliva

Tres convenios específicos Tourist Info

PROVINCIA	MUNICIPIO / MANCOMUNIDAD
Alicante	Alicante
Castellón	Argelita y La Vilavella

Dos convenios de adhesión de nuevos municipios a la Red.

PROVINCIA	MUNICIPIO / MANCOMUNIDAD
Alicante	Orba
Castellón	Càlig

9.3.2. Cobertura territorial

En 2021 se cerró con 19 puntos de información y 229 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 173 entidades locales – y el Aeropuerto de Castellón-.

Se ha producido un incremento interanual en el número de Oficinas adscritas a la Red Tourist Info del 5,53 %, incremento que se puede calificar de relevante en atención a la elevada implantación territorial de la Red.

Por provincias, el número de oficinas Tourist Info es el siguiente:

PROVINCIA	NÚMERO DE OFICINAS	% SOBRE TOTAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA
Alicante	81	35,38
Castellón	71	31,00
València	77	33,62
TOTAL	229	

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 provincial:

PROVINCIA DE ALICANTE		
COMARCA	NÚMERO DE OFICINAS	% SOBRE TOTAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA
El Baix Segura/El Bajo Segura	15	6,55
El Baix Vinalopó	8	3,50
El Comtat	3	1,31
El Vinalopó Mitjà	7	3,06
L'Alacantí	9	3,93
L'Alcoià	6	2,62
L'Alt Vinalopó/Alto Vinalopó	3	1,31
La Marina Alta	16	6,99
La Marina Baixa	14	6,11
TOTAL	81	

PROVINCIA DE CASTELLÓN		
COMARCA	NÚMERO DE OFICINAS	% SOBRE TOTAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA
El Alto Mijares	4	1,74
El Alto Palancia	5	2,18
El Baix Maestrat	16	6,99
Els Ports	3	1,31
L'Alcalatén	3	1,31
L'Alt Maestrat	8	3,50
La Plana Alta	17	7,42
La Plana Baixa	15	6,55
TOTAL	71	

PROVINCIA DE VALÈNCIA		
COMARCA	NÚMERO DE OFICINAS	% SOBRE TOTAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA
El Camp de Morvedre	3	1,31
El Camp de Túria	6	2,62
El Rincón de Ademuz	2	0,88
El Valle de Cofrentes-Ayora	4	1,74
L'Horta Nord	6	2,62
L'Horta Oest	3	1,31
L'Horta Sud	1	0,44
La Canal de Navarrés	4	1,74
La Costera	3	1,31
La Hoya de Buñol	2	0,88
La Plana de Utiel-Requena	2	0,88
La Ribera Alta	6	2,62
La Ribera Baixa	4	1,74
La Safor	15	6,55
La Vall d'Albaida	6	2,62
Los Serranos	4	1,74
València	6	2,62
TOTAL	500	

Turisme Comunitat Valenciana incorporó durante 2021 las siguientes seis nuevas oficinas:

- ✓ Tourist Info Orba (Alicante)
- ✓ Tourist Info Tibi (Alicante)
- ✓ Tourist Info Montán (Castellón)
- ✓ Tourist Info Sant Jordi (Castellón)
- ✓ Tourist info Sant Jordi Panorámica (Castellón)
- ✓ Tourist Info Anna Albufera (València)

También en 2021, y fuera del territorio de la Comunitat Valenciana, la Dirección General de Turismo y la Dirección General de Relaciones con las CC AA y Representación Institucional han promovido la prestación de un servicio de información turística en la sede actual de la Oficina de la Generalitat Valenciana en Madrid (Punto de Información Tourist Info Comunitat Valenciana-Madrid). Se ha equipado el punto de Información con elementos de mobiliario y rotulación corporativos y una pantalla táctil 24 h.

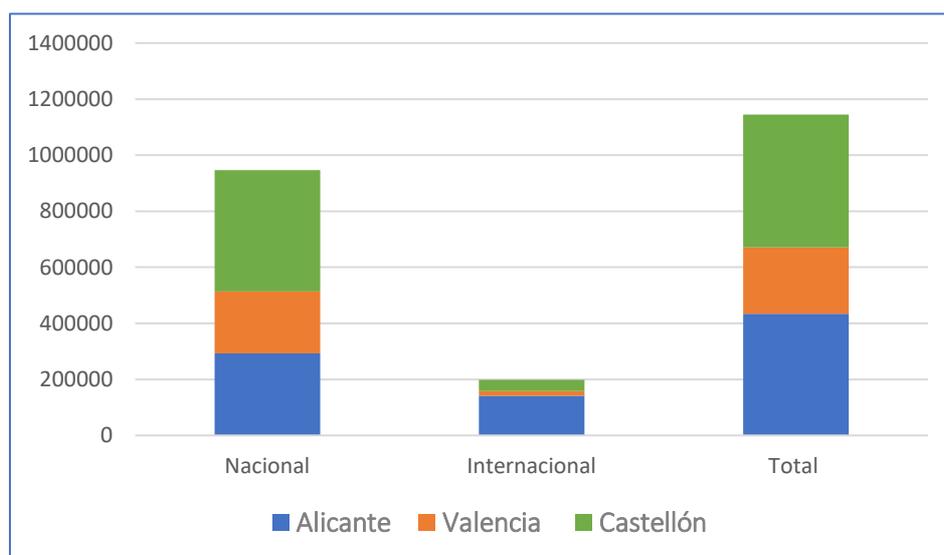
9.4. INDICADORES DE SERVICIO: HOSPITALIDAD

9.4.1. Indicadores cuantitativos

El conjunto de la Red atendió en 2021 un total de 1.214.543 demandas de información en destino. Este número supone un incremento de 71 puntos porcentuales con respecto a 2020 (707.975 demandas), atribuible a la mejora de situación de alarma sanitaria nacional e internacional, aunque lejos todavía de 2019, con 1.987.210 demandas.

En total, y según el Registro estadístico de la Red Tourist Info, son 1.162.349 personas las que han visitado las Oficinas y puntos de la Red, con un aumento de un 61 % con relación al año 2020 (718.829 personas). Las procedencias nacionales representaron el 81 % del total. En Castellón y València, los usuarios/viajeros internacionales (8,56 % y 7,06 %, respectivamente) acuden en menor número a las Oficinas de la Red, frente a los nacionales, mientras que en Alicante alcanzan el 32,56 %.

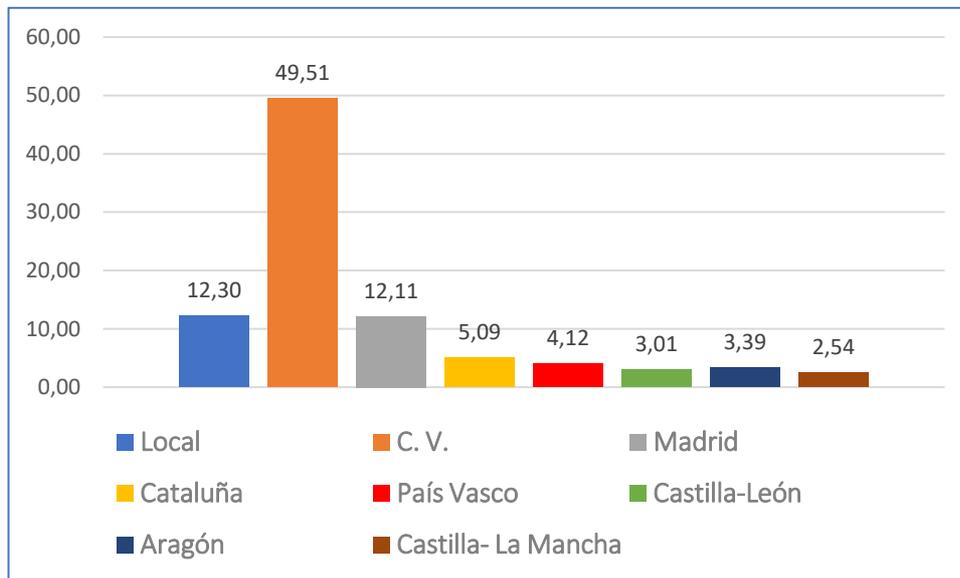
Usuarios Red Toruist Info por procedencia. Año 2021



Fuente: Sistema estadístico Red Tourist Info. Elaboración propia.

Porcentajes por Comunidad Autónoma sobre el total de procedencias nacionales en 2021:

Procedencias nacionales %

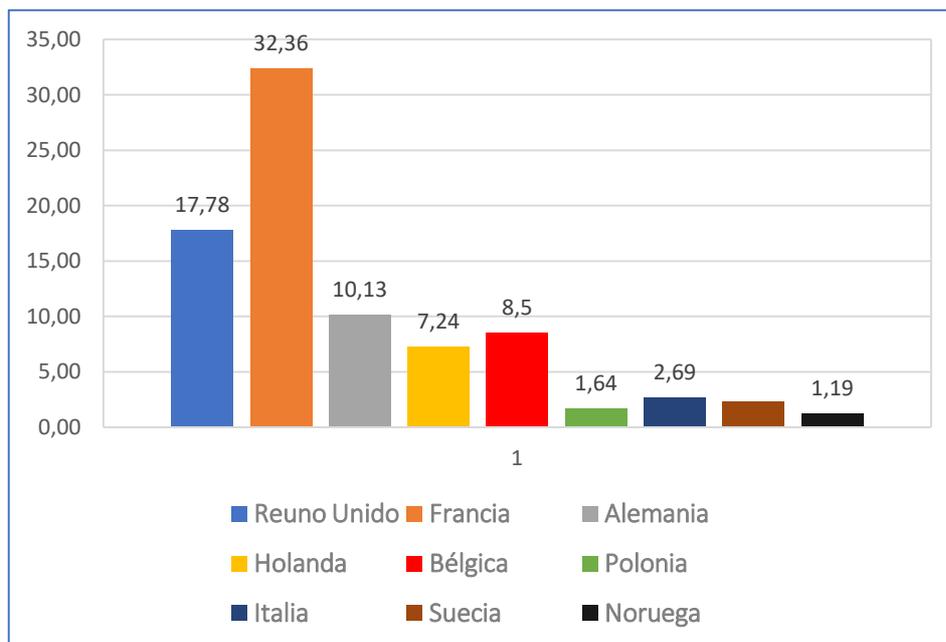


Fuente: Sistema estadístico Red Tourist Info. Elaboración propia.

La distribución porcentual por Comunidad Autónoma se ha mantenido en 2021, pero se refuerza la presencia de Comunitat Valenciana (incluidos locales) con 13 puntos más, así como el factor de Comunidades Autónomas próximas, singularmente Aragón y Castilla-La Mancha.

El gráfico siguiente detalla los porcentajes de demandas por países sobre el total de procedencias internacionales en 2021. En este caso, cabe destacar la notable subida de franceses, frente a la bajada del Reino Unido, provocada por la caída del transporte aéreo provocado por el COVID'19.

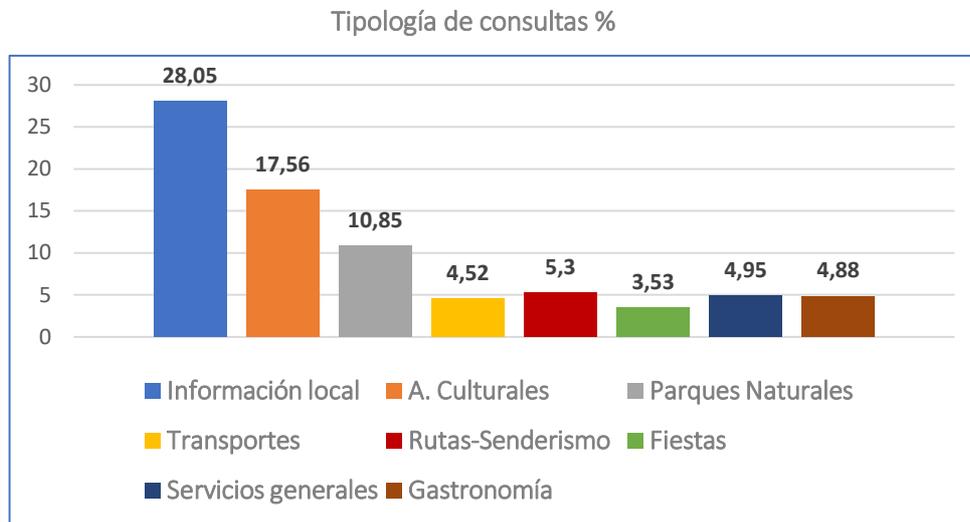
Procedencias internacionales %



Fuente: Sistema estadístico Red Tourist Info. Elaboración propia.

A su vez, y por tipología de consultas recibidas, destacan las de «Información local», seguidas de «Actividades culturales», «Rutas y senderismo» y «Transportes».

El gráfico siguiente detalla los porcentajes sobre el total de consultas en 2021.



Fuente: Sistema estadístico Red Tourist Info. Elaboración propia.

9.4.2. Indicadores cualitativos

El proceso de la Encuesta Tourist Info 2021 ha abarcado todos los meses del año en que las oficinas han estado operativas, volviendo a la operatividad tradicional con dos modelos de encuesta, aunque en ambos casos se incluyen cuestiones sobre la percepción de las medidas de prevención frente al COVID'19:

Encuesta de verano.

En 2021 ha retomado sus contenidos sobre el proceso de toma de decisiones del viaje, motivacionales, características del viaje, etc. Se ha ampliado, además, con dos preguntas sobre la percepción del turista de las medidas de seguridad ante el COVID'19 tanto en la Oficina como 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.

Donde se recoge el perfil sociodemográfico del encuestado y su valoración de la atención recibida. Esta encuesta se cumplimenta de enero a junio y de octubre a diciembre por parte de las oficinas certificadas o distinguidas en calidad. Se han incorporado dos preguntas sobre la percepción del turista de las medidas de seguridad ante el CoVID'19 tanto en la Oficina como en el destino turístico.

En 2021 se han cumplimentado, entre ambas encuestas, un total de 9.346 cuestionarios, un incremento del 5,5 % en relación al 2020, aun lejos de las cifras de 2019 (12.387 cuestionarios).

OBJETIVOS DE INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA TOURIST INFO

- ✓ Definir el perfil del usuario de la oficina Tourist Info objeto del estudio.
- ✓ Averiguar el grado de satisfacción del usuario de la Red en su visita a la Comunitat Valenciana.
- ✓ Evaluar nivel de calidad de las oficinas de la Red Tourist Info.
- ✓ Valorar la percepción de las medidas de prevención del virus COVID'19 puestas en marcha tanto en la Oficina Tourist Info como en el destino turístico.

En 2021 se ha recogido información del visitante, por medio de la remisión de encuestas on line a sus dispositivos móviles, a través de la denominada “atención presencial digitalizada”, que más adelante se amplía.

Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente de verano.

En 2021 se procesaron un total de **5.574 cuestionarios**, dos puntos más que en 2020, realizados por ciento once oficinas, ocho más que en el 2020. El 75% del total de los encuestados son residentes en España, seis puntos menos que en 2020, motivado, sin duda, por las limitaciones de movilidad internacional. El 23,8% son extranjeros y el 1,2% no contesta. Del total de extranjeros, el 93,8% son residentes en Europa y el 4,5% son americanos. Del reducido grupo de extranjeros no europeos encuestados, éstos proceden en su mayoría de Argentina (19,5%) y EEUU (15,9%). Los grupos de edad más numerosos que han sido encuestados, tanto para residentes en España como en Europa son, en primer lugar, los de 45-65 años, seguidos del grupo de 36-45 años. 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. Las actividades a las que ha dedicado o piensa dedicar el turista su tiempo durante su estancia (la suma puede ser superior al 100%) se desglosan por porcentajes de la siguiente manera:

Disfrute d ela playa	63,7
Visitas culturales	59,0
Visitas a centros de ocio	16,8
Visitas a espacios naturales	46,1
Asistencias a festivales/eventos	7,6
Actividades deportivas/senderismo	22,4
Degustaciones gastronómicas	29,9
Compras de productos típicos	12,9
Otras compras ("shopping")	6,8
Fiestas locales	7,7
Aprendizaje del Español	2,6

La Red, en su conjunto, obtuvo 9,69 puntos sobre 10 en satisfacción de expectativas del cliente respecto a la oficina visitada y 9,58 puntos sobre 10 en lo relativo a la atención y servicios ofrecidos en estas.

En cuanto a la percepción del turista de las medidas anti COVID'19 articuladas por la Oficina (9,66 puntos) y el destino turístico (9,41 puntos), en ambos casos, se supera la valoración de 9 puntos sobre 10 máximos y se mejoran ligeramente los datos de 2020.

Un 64,8 % declaró conocer la Red Tourist Info-Encuesta Tourist Info 2021 de Satisfacción del Cliente de seguimiento COVID'19-.

De enero a junio y de octubre a diciembre de 2021, se procesó un total de 3.772 cuestionarios, doblando el número de encuestas respecto al año anterior. El 73,50 % del total de los encuestados eran residentes en España, el 23,50 % eran extranjeros y el 3,00 % n.c. Del total de extranjeros, el 90,2 % eran residentes en Europa.

La Red, en su conjunto, registró una media de 9,73 puntos sobre 10 en la satisfacción de expectativas del cliente sobre la oficina visitada y de 9,70 sobre 10 en la atención y servicios ofrecidos en estas.

Resulta, igualmente, oportuno destacar los resultados de las preguntas específicas sobre la percepción del turista de las medidas anti COVID'19 articuladas por la Oficina y el destino turístico. En ambos casos, se supera la valoración de 2020 con 9,74 y 9,55 puntos sobre 10, respectivamente.

Además, un 46,20 % indicó haber visitado más de una oficina, un claro signo de fidelidad y satisfacción del servicio ofrecido por la Red Tourist Info; y un 66,80 % declaró conocer la Red Tourist Info.

9.5. ELEMENTOS DE IMAGEN CORPORATIVA

La Red Tourist Info cuenta con diferentes elementos corporativos, tales como soportes de rotulación y señalización Tourist Info, mobiliario diverso, y otros instrumentos de imagen. En la encuesta Tourist Info de verano 2021 se incorporaron tres ítems para valorar la imagen de las Oficinas Tourist Info, ofreciendo unos resultados favorables, que animan a seguir trabajando en la definición de nuevos elementos corporativos, su mejora y mantenimiento, siendo los resultados más destacados los siguientes:

Imagen de la oficina: 9,48/10 puntos.

Ambiente de la oficina: 9,51/10 puntos.

Localización/accesibilidad oficina: 9,43/10 puntos.

Durante 2021 se ha ejecutado diversas actuaciones en esta línea a través del expediente de contratación de los suministros de mobiliario Tourist Info, rotulación corporativa y otros elementos de imagen

Mobiliario de la Red Tourist Info.

Para el suministro del mobiliario se sigue el manual de la Red que define los siguientes modelos de oficina Tourist Info y en función de treinta y cuatro elementos distintos:

- ✓ Oficina Tipo.
- ✓ Oficina Espacio Natural.
- ✓ Oficina Edificio Histórico.
- ✓ Oficina Portátil.

Durante 2021 se ha ejecutado la dotación de mobiliario de las nuevas Oficinas Tourist Info, así como en elementos puntuales en otras Oficinas ya existentes para la mejora de la prestación del servicio. Cabe señalar como acciones más significativas las realizadas en las oficinas de Alboraya, Càlig, Montán, Montanejos, Orba, Tibi, Sant Jordi y Vilafamés y el Punto de Información Tourist info Comunitat Valenciana-Madrid.

Museu del Fang.Tourist Info Orba



Rotulación y señalización corporativa de la Red Tourist Info.

La identificación del servicio Tourist Info por parte del turista resulta básica para la prestación del servicio, definiendo una serie de modelos, formatos y acabados, siempre conforme a la imagen corporativa Tourist Info, con veintidos elementos de rotulación y cuatro de señalización.

Rotulación y señalización Tourist Info de nuevas oficinas incorporadas a la Red.

Conlleva el mantenimiento y mejora de la rotulación y señalización Tourist Info de oficinas existentes, así como el suministro de soportes de imagen corporativa, esto es, decálogos de calidad y elementos de zonificación de oficinas conforme a la Norma de Calidad Turística “Q” y el Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos (SICTED-CV).

Durante 2021 se han ejecutado estas actuaciones para la rotulación y señalización de nuevas Oficinas Tourist Info, así como en elementos puntuales en otras Oficinas ya existentes para la mejora de la prestación del servicio. Cabe destacar como acciones más significativas las realizadas en las oficinas de Alboraya, Càlig, Montán, Montanejos, Orba, Tibi, Sant Jordi y Vilafamés y el Punto de Información Tourist Info Comunitat Valenciana-Madrid, así como la identificación de los más de cien puntos violetas turísticos de la Red Tourist Info.

Otros elementos de imagen.

En 2021 se ha dispuesto de trece elementos de imagen corporativa para su puesta a disposición de las Oficinas Tourist Info, conforme necesidades en cada caso. Destacan modelos de expositores de diferente tamaño, material de papelería y lápices de memoria.

9.6. 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 integral del destino (SICTED).

La Red cuenta con oficinas certificadas según las siguientes normas:

- UNE-ISO 14785, Oficinas de Información Turística “Q”
- UNE-ISO/PAS 5643, Oficinas de Información Turística “Safe Tourism”
- UNE-EN ISO 9001, Sistemas de gestión de la calidad
- UNE-EN ISO 14001, Sistemas de gestión ambiental
- UNE 170001, Accesibilidad

En la Red de Oficinas Tourist Info de la Comunitat Valenciana cerraron 2021 con ciento veintidos certificaciones o distinciones de calidad:

	Q	SICTED	ISO 9001	ISO 14001	UNE 170001	UNE-ISO/PAS 5643	TOTAL
Alicante	12	22	1	0	0	5	33
Castellón	11	10	1	1	0	1	24
València	15	15	5	5	5	8	53
TOTAL	38	52	7	6	5	14	122

Según los datos del Instituto de Calidad Turística de España (ICTE), 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 primera, empatada con Andalucía, en certificados marcos de calidad turística.

UNE-ISO/PAS 5643.

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 2021 se celebraron dos reuniones del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info: centrada la primera de ellas- on line- en dar respuesta a las nuevas necesidades surgidas ante la situación de alerta sanitaria por el Covid-19; la segunda ya presencial, recuperó asuntos más específicos en materia de calidad, como adaptaciones del sistema documental y otros.

- 32ª Reunión del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info, en formato virtual, Plataformas Zoom, el 18 de junio de 2021 sobre adaptación del Plan de contingencia de la Red Tourist Info a las nuevas circunstancias sanitarias por el COVID'19.

- 33ª Reunión del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info, en formato presencial, en el marco de las XX Jornadas Tourist Info Elda-Petrer, el 23 de noviembre de 2021: «Actualización Procedimiento Acogida, Procedimiento de Aprovisionamiento e Instrucciones concordantes y otras materias».

Ambas reuniones se abrieron a la totalidad de la Red Tourist Info.

Por otro lado, la Red Tourist Info-sus órganos de gestión y oficinas de la misma-participa en el “CTN187, SC03, Oficinas de Información Turística” del ICTE para la revisión de la Norma ISO 14785 y en el Comité internacional “ISO/TC228 Turismo y Servicios Relacionados”.

9.7. ASISTENCIA Y SOPORTE A LOS DESTINOS, EMPRESAS Y ENTIDADES

Además de la asistencia en materia de calidad que ofrecen directamente los coordinadores, se prestó en 2021 apoyo técnico directo a las entidades locales y a las oficinas que lo requirieron mediante formación a medida, solución de incidencias, organización de encuentros, valoración y propuestas de mejora del servicio, procedimientos de trabajo y manejo de herramientas. Durante 2021, las acciones de asistencia técnica y coordinación han vuelto a ser presenciales, aunque se han mantenido las on line, con 103 asistencias, que se desglosan en:

- 92 asistencias individualizadas presenciales atenciones presenciales a lo largo de la Comunitat Valenciana, con una media de más de 7 al mes.
- 11 asistencias on line, donde destacan las de carácter técnico para la implantación del sistema de calidad del ICTE y la participación en Mesas de calidad del SICTED.

Por último, en 2021 se han atendido peticiones masivas de material turístico impreso para su distribución en congresos, eventos, reuniones y establecimientos turísticos; peticiones de material realizadas por las Oficinas de la Red Tourist Info, y peticiones de información turística destacando:

- 84 envíos de material diverso a Oficinas Tourist info, 37 envíos a congresos, eventos, particulares y 195 consultas turísticas de diferente índole recibidas desde el portal www.comunitatvalenciana.com

Así como la distribución entre las oficinas de la Red Tourist Info del material impreso editado por otras entidades, establecimientos y asociaciones de carácter turístico.

9.8. CUALIFICACIÓN DEL EQUIPO HUMANO: EL PLAN DE FORMACIÓN

Para garantizar al turista la mejor estancia, el servicio se ha de orientar estratégicamente a su satisfacción y fidelización 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 Comunitat Valenciana 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 2021 la situación de alerta sanitaria ha mejorado y ha permitido la realización de cursos presenciales, si bien con todas las medidas de prevención necesarias, conviviendo con acciones on line. La colaboración de los CdT's ha facilitado la realización de:

- 12 cursos, 43 horas de formación y la formación de 818 personas

En cuanto a contenidos competenciales, se ha trabajado la gestión de calidad, tecnologías, conocimiento de productos y destinos, sostenibilidad y Parques Naturales entre otras materias, con contenidos dirigidos a técnicos e informadores turísticos de la Red.

Calidad

-32ª y 33ª Reunión del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info con el curso de técnicas de comunicación (PNL), de carácter presencial.

-Sostenibilidad: 1 curso on line.

-Formación sobre Parques Naturales para la renovación/implantación de la condición de las Oficinas Tourist Info como Punto de información Colaborador-PIC- de los P. N. Dos sesiones on line.

-Conocimiento de producto: Con dos cursos on line Creaturisme y un curso presencial en destino «Camp d'Elx».

-Tecnología: Plataforma API on line; y WhatsApp Business presencial.

-XX Jornadas Tourist info. Celebradas en Elda y Petrer los días 23 y 24 de noviembre. Tuvo lugar una mesa redonda con el sector turístico valenciano para conocer sus inquietudes, expectativas y proyectos sobre la Red Tourist Info y la información en la Comunitat Valenciana, y a continuación, se conoció la experiencia en redes de información turística de la Generalitat de Catalunya, para contrastar con la Comunitat Valenciana, y avanzar en la generación de nuevos servicios y espacios para los turistas que nos visitan. En el transcurso de las Jornadas se hizo entrega del premio 2021 a la Innovación en la Red Tourist Info 2021 y se dio por concluida la efeméride “30 años de la Red Tourist Info”.

Por último, en 2021 se han divulgado entre la Red Tourist Info iniciativas formativas de Turisme

Comunitat Valenciana, de especial interés para el personal de las oficinas de información turística, tales como el Proceso Participativo del Plan de Accesibilidad Comunitat Valenciana 2021-2024.

9.9. 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.

Digitalización de la información en Red Folletos y publicaciones

- **1025 guías turísticas publicadas en InfotouristAPI 2.0:** Herramienta de gestión de la información turística para la atención en tiempo real al turista presencial.

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 incrementó y aceleró en 2021 la digitalización de las Oficinas de Información Turística de la Comunitat Valenciana –Red Tourist Info- mediante la implantación de una herramienta de gestión de la información turística para la atención en tiempo real al turista presencial. Esta herramienta, denominada InfotouristAPI 2.0, ofrece varias y potentes mejoras:

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

Mantenimiento de 25 escaparates interactivos en la Red Tourist Info de la Comunitat Valenciana A través de desplazamientos, mano de obra y repuestos por medio de una bolsa tasada de repuestos.

Mantenimiento de la herramienta Aplicación InfotouristAPI 2.0 para el ejercicio 2021.

Renovación anual de la plataforma «SERVICIOS INFOTOURIST VERSIÓN SaaS CLOUD».

9.10. INNOVACIÓN EN LA RED

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 siglo 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 2021 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 V Edición del Premio a la Innovación en la Red Tourist Info.

9.10.1. Premio a la Innovación de la Red Tourist Info 2021

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 V Premio a la Innovación en la Red Tourist Info de la Comunitat Valenciana a la Oficinas Tourist Alcoi, con su proyecto «**Alcoi Tourist Lab**: Obtención de datos turísticos de forma anonimizada y no intrusiva en los diferentes puntos de interés del destino» El proyecto ganador persigue determinar la población turística con la que cuenta el destino Alcoi, cruzando los datos obtenidos en la Oficina Tourist Info con los obtenidos con ocasión de eventos o visitas a recursos turísticos de especial relevancia para el municipio, favoreciendo, entre otros aspectos, el cumplimiento de los términos del apartado 3.4 de la Norma UNE-ISO 14785 de Oficinas de Información Turística.

Con ello se refuerza la creatividad, la hospitalidad, la sostenibilidad y la excelencia turística.

Los objetivos del proyecto son:

- ✓ Disponibilidad de hardware y software adecuado para:

- ✓ Determinar el número de turistas y excursionistas que visitan la ciudad.
- ✓ Obtener y analizar patrones anónimos de comportamiento de turistas, excursionistas y ciudadanos locales que disfrutaron de la oferta turística, en sentido amplio, de la ciudad.
- ✓ La obtención de datos de forma anonimizada y no intrusiva, respetando la privacidad y la legislación de protección de datos de carácter personal.
- ✓ Conocer la frecuentación de los diferentes recursos turísticos del municipio para implementar acciones de mejora y sostenibilidad de esos espacios y ponderar, en cada caso, acciones de promoción y difusión de los mismos.

Asímismo, dado el alto nivel alcanzado por las propuestas presentadas en la edición 2021, se acordó otorgar el Accésit, previsto en la Base 7ª de la Convocatoria del Premio, a Tourist Info Ribarroja de Túria, con su proyecto «Ribarroja de Túria y Parque Natural del Túria ¡A tu aire!». Proyecto que pone en valor los recursos naturales y patrimoniales del municipio por medio de la creación y señalización de rutas turísticas con dos acciones en paralelo:

- Acción física con la señalización y balizado de 6 rutas del destino turístico:
- Uso de material reciclado y reciclable
- Diseño de las señales bajo el prisma de la igualdad y la visibilidad
- Accesibilidad: Audios para personas con limitaciones visuales
- Inserción códigos QR

Acción digital

Uso de códigos QR inteligentes, que ofrecen información sobre el perfil del usuario.

Promoción digital de las Rutas.



Nuevos productos y servicios

En 2021 se consolidan las novedades introducidas en 2020, 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, Punto Violeta turístico y otras.

Punto Violeta turístico

En ese sentido, asistimos por un lado a la consolidación del Punto Violeta turístico además se han puesto en marcha nuevos servicios de atención al turista en el conjunto de la red Tourist Info.

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.

“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.

En este ejercicio se ha llevado a cabo la puesta en marcha de esta iniciativa de forma efectiva, con la adhesión a la misma de un importante número de municipios.

- 77 municipios
- 107 oficinas Tourist info

En la tabla siguiente se muestra por provincias:

PROVINCIA	OFICINAS	MUNICIPIOS
ALICANTE	32	27
CASTELLÓN	43	25
VALENCIA	32	25
TOTAL	107	77

Oficinas Tourist Info como Puntos de Información colaboradores de los Parques Naturales

La Comunitat Valenciana cuenta con la Red Valenciana de Espacios Naturales, donde entre otras figuras de protección, destacan 22 Parques Naturales distribuidos a lo largo de todo su territorio, y gestionados por la Conselleria d'Agricultura, Desenvolupament Rural, Emergència Climàtica i Transició Ecològica. Por otro lado, el denominado Turismo de naturaleza, ha alcanzado en este periodo un grado de desarrollo significativo, con un tratamiento legislativo propio desde el Decreto 22/2012, de 27 de enero, del Consell, regulador del turismo activo en la Comunitat Valenciana, hasta llegar a la Ley 15/2018, de 7 de junio, de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana, en su artículo 71 y su implementación reglamentaria.

Por ello, Turisme Comunitat Valenciana y la Conselleria d'Agricultura, Desenvolupament Rural,

Emergència Climàtica i Transició Ecològica han establecido un nuevo programa para la acreditación de las Oficinas de la Red Tourist Info como Puntos de Información Colaboradores-PIC- de los Parques naturales de la Comunitat Valenciana mediante un procedimiento de adhesión, a través de un plan actualizado de colaboración y formación continua y el cumplimiento de una serie de condiciones.

Son dos los objetivos generales de esta actuación:

Establecer un sistema estable de colaboración entre las oficinas de la Red Tourist Info y los Parques Naturales próximos a sus destinos, que permita mejorar la comunicación entre ellos, y la información que se proporciona al visitante sobre los espacios naturales y servicios disponibles en su entorno que favorezca su dinamización económica, bajo el prisma de su preservación y utilización racional y su sostenibilidad medioambiental y turística.

Garantizar la cualificación profesional de los técnicos implicados en la atención y acogida al visitante, mediante la formación continua para el mejor cumplimiento de los servicios tanto en los Centros de Visitantes de los Parques Naturales, como en las oficinas Tourist Info.

En 2021 se han adherido 88 oficinas de 64 municipios con la siguiente desagregación:

PROVINCIA	OFICINAS	MUNICIPIOS
ALICANTE	29	21
CASTELLÓN	37	27
VALENCIA	22	16
TOTAL	88	64

Reforma de Tourist Info Aeropuerto Alicante-Elche

Turisme Comunitat Valenciana cuenta con la Tourist Info Aeropuerto de Alicante-Elche, de gestión propia, en la zona de llegadas del aeropuerto de Alicante-Elche Miguel Hernández. El espacio físico asignado a la Oficina se articula mediante un Convenio entre Turisme Comunitat Valenciana y AENA SME, S.A. para la cesión temporal de superficie y estructura modular en el aeropuerto para su uso como Oficina de Información Turística de la Comunitat Valenciana. La estructura modular están situadas en el Área Terminal de Llegadas del Aeropuerto de Alicante-Elche. La estructura modular es de 2014 y presentaba diferentes inconvenientes que limitaban su utilidad: el viajero no accede a la Oficina; no es accesible; la atención se realiza sobre un mostrador que se

abre hacia el exterior de la estructura; no se puede tematizar la propia Oficina en función de temporadas, productos o destinos turísticos.

En 2021 se puso en marcha una amplia reforma de la Oficina Tourist Info Aeropuerto de Alicante-Elche para atender las nuevas necesidades, que responde a:

- ✓ Servicio 24 horas
- ✓ Impulsar la oficina como herramienta de marketing de la Comunitat Valenciana
- ✓ Servicios adicionales de cortesía

Para ello se ha contratado, por un lado, la obra de reforma con carácter plurianual 2021-2022 y por otro:

- El suministro, instalación, configuración, adaptación y carga de contenidos de un quiosco multimedia y de un monitor de 86 “para visualización de vídeos, carteles y otros soportes.

Punto de Información Tourist Info Comunitat Valenciana-Madrid y Tourist Info Elx

En 2021 Turisme Comunitat Valenciana ha procedido a la Instalación, configuración, adaptación y carga de contenidos de una Pantalla táctil 43, así como mobiliario de cortesía para carga de dispositivos móviles.

Tourist Info Elx: Turisme Comunitat Valenciana ha procedido en 2021 a la Instalación, configuración, adaptación y carga de contenidos de un quiosco multimedia de 32” antivandálico, estanco y resistente a las inclemencias climáticas.

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

En 2021 se ha cerrado la efeméride de los 30 años de la Red Tourist info, 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 de éxito, tanto del punto de vista cualitativo como cuantitativamente.

Con ocasión de las XX Jornadas Tourist info, se entregó un diploma conmemorativo a los 10 municipios pioneros de la Red Tourist info, colofón de estos 30 años.



9.12. LA RED TOURIST INFO 2021 EN CIFRAS

GESTIÓN DE LA RED POR LA ALERTA SANITARIA COVID-19	<p>Actualización Plan de contingencia de la Red Tourist Info.</p> <p>Aforos</p> <p>Apertura autoservicio</p> <p>Condiciones de puesta en marcha de pantallas táctiles.</p>
COBERTURA JURÍDICA	<p>19 convenios Tourist Info suscritos:</p> <p>14 convenio tipo</p> <p>3 convenios específicos sin dotación económica</p> <p>2 convenios de adhesión de nuevos municipios.</p>
COBERTURA TERRITORIAL	<p>174 entidades locales adheridas</p> <p>229 oficinas Tourist Info</p> <p>19 puntos de Información Turística</p> <p>6 nuevas Oficinas Tourist Info en 2021</p>
INDICADORES DE SERVICIO CUANTITATIVOS	<p>1.162.349 personas atendidas en la Red en 2021.</p> <p>Nacionales: 962.918</p> <p>Internacionales: 199.431</p>
INDICADORES DE SERVICIO CUALITATIVOS	<p>9.346 encuestas de satisfacción cumplimentadas</p>
ENCUESTA TOURIST INFO VERANO	<p>5.574 encuestas de satisfacción cumplimentadas</p> <p>111 oficinas participantes</p> <p>9,58 puntos sobre 10 de media de valoración de los servicios ofrecidos por las Oficinas</p> <p>9,69 puntos sobre 10 de media en cumplimiento de expectativas del turista en las Oficinas</p> <p>9,66 puntos sobre 10 de valoración de las medidas COVID'19 existentes en las oficinas</p>

ENCUESTA TOURIST INFO DE SEGUIMIENTO	<p>3.772 cuestionarios cumplimentados</p> <p>30 oficinas participantes (certificadas o distinguidas de en calidad)</p> <p>9,70 puntos sobre 10 de media de valoración de los servicios Oficinas</p> <p>9,74 puntos sobre 10 de media en cumplimiento de expectativas Oficinas</p>
ORIENTACIÓN AL CLIENTE: PLAN DE CALIDAD	<p>122 certificaciones o distintivos de calidad</p> <p>38 certificaciones UNE-ISO 14785-Q-</p> <p>7 certificaciones ISO 9001</p> <p>6 certificaciones ISO 14001</p> <p>5 certificaciones UNE 170001</p> <p>14 certificaciones UNE-ISO/PAS 5643 Safe Tourism</p> <p>52 distintivos SICTED</p>
ASISTENCIA Y SOPORTE A DESTINOS Y SECTOR TURÍSTICO	<p>103 asistencias a Entidades locales/oficinas.</p> <p>195 consultas atendidas desde el portal comunitatvalenciana.com</p> <p>121 envíos de material a oficinas, eventos y particulares</p>
PLAN DE FORMACIÓN RED TOURIST INFO	<p>12 jornadas formativas.</p> <p>43 horas de formación.</p> <p>818 participantes entre técnicos e informadores de la Red</p> <p>XX Jornadas Tourist Info</p>
SISTEMAS INFORMACIÓN TURÍSTICA	<p>1.025 guías turísticas subidas a INFOTOURISTAPI 2.0</p> <p>Mantenimiento de 25 escaparates interactivos</p> <p>Mantenimiento de la herramienta de gestión de la Red.</p>

PROYECTOS DE INNOVACIÓN

V premio a la Innovación en la Red Tourist Info a:

Tourist Info Alcoi y mención Accésit: Tourist Info Ribarroja de Túria

Punto Violeta turístico:

107 oficinas de 77 municipios

Punto de información colaborador Parques Naturales (PIC):

88 oficinas y 64 municipios

Incorporación de nuevas pantallas táctiles y monitor de grandes dimensiones y mobiliario adicional en:

Tourist info Aeropuerto Alicante-Elche, Punto Tourist Info Madrid y Tourist Info Elx