



INFORME **DE GESTIÓN 2018**

Turisme Comunitat Valenciana



El turismo continúa ampliando su hegemonía en la economía de la Comunitat Valenciana alcanzando el 14,6% del PIB, de ahí que la gestión pública además de necesaria para la ordenación, cualificación, conocimiento, formación y promoción del sector, debe coadyuvar al impulso del sector empresarial y de las entidades gestoras de municipios y destinos turísticos. Es por ello que, desde el gobierno de la Generalitat, a través de la nueva ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana y de los diversos instrumentos que prevé para la gestión pública del sector, como es el ente **Turisme Comunitat Valenciana**, se ha generado un intenso programa de trabajo que trata de facilitar la generación de las condiciones idóneas para que el sector continúe desarrollándose de una forma equilibrada y sustentable en el tiempo.

Esta **memoria de gestión** trata de plasmar todas las acciones que a lo largo de 2018 se realizaron por parte del organismo gracias a la labor de las personas que desarrollan su actividad en su sede central, servicios territoriales, Invattur, CdTs, Tourist Info,... y a las relaciones de cooperación y colaboración que se han producido con organizaciones empresariales, entidades de gestión de destinos, municipios, diputaciones, cámaras de comercio, universidades, oficinas españolas de turismo en el extranjero, gobierno central, y cuantas organizaciones trabajan por ofrecer servicios turísticos.

CONTENIDO

1	ACTIVIDADES EN MATERIA DE ORDENACIÓN Y TRAMITACIÓN TURÍSTICA. DIRECCIÓN GENERAL DE TURISME	
	1.1. NORMATIVA	9
	1.1.1. Publicación de la Ley 15/2018, de 7 de junio, de la Generalitat, de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana	9
	1.1.2. Publicación del Decreto 101/2018, de 27 de julio, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de agencias de viajes de la Comunitat Valenciana	10
	1.1.3. Proyecto de Decreto regulador de los establecimientos de alojamiento turístico de la Comunitat Valenciana	11
	1.1.4. Proyecto de Decreto regulador del Estatuto del Municipio Turístico de la Comunitat Valenciana	13
	1.1.5. Proyecto de Decreto regulador de los órganos para la coordinación de la acción turística y del organismo para la gestión de la política turística previstos en la nueva Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana	15
	1.1.6. Proyecto de Decreto regulador de la Disciplina Turística en la Comunitat Valenciana	16
	1.2. REGISTRE DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA	17
	1.3. GESTIÓN DE PROCEDIMIENTOS ESPECIALES	19
	1.3.1. Actualización Registro Empresas Turísticas de Servicios Complementarios	19
	1.3.2. Accesibilidad	20
	1.3.3. Declaraciones de Interés Comunitario (DICs)	21
	1.4. TRAMITACIÓN DE RECURSOS	21
	1.5. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA TRAMITACIÓN TURÍSTICA	22
	1.5.1. Gestión del Programa IMI	22
	1.5.2. Tramitación telemática	23
	1.5.3. Gestión de expedientes de empresas gestoras y viviendas de uso turístico a través de la plataforma CUVT-i	24
	1.5.4. Actualización de aplicaciones informáticas	24
	1.5.5. Atención al usuario: contacta_turisme@gva.es	25
	1.6. PROFESIONES TURÍSTICAS. GUÍAS DE TURISMO	25
	1.6.1. Renovaciones de acreditaciones	25
	1.6.2. Convocatoria de 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	26
	1.7. ASISTENCIA A ASOCIACIONES PROFESIONALES Y EMPRESAS RELACIONADAS	27
	1.7.1. Agencias de viajes, publicación del Decreto 101/2018	27

2	ACTIVIDADES EN MATERIA DE ASISTENCIA E INSPECCIÓN TURÍSTICA. DIRECCIÓN GENERAL DE TURISME	
	2.1. PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS	29
	2.2. CONTROL CUMPLIMIENTO NORMATIVA TURÍSTICA	29
	2.2.1. Gestión de reclamaciones e inspección	29
	2.2.2. Actividades contra el intrusismo	30
	2.2.3. Planes de inspección	31
	2.2.4. Tramitación de expedientes sancionadores y recursos	34
	2.3. DECLARACIONES DE INTERÉS TURÍSTICO	36
	2.3.1. Fiestas de interés turístico autonómico	36
	2.3.2. Fiestas de interés turístico provincial	36
	2.3.3. Fiestas de interés turístico local	37
	2.3.4. Itinerarios de interés turístico local	38
	2.3.5. Fiestas de interés turístico nacional	38
	2.4. DECLARACIONES DE MUNICIPIO TURÍSTICO	38
	2.5. PLANES DE GOBERNANZA Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA	39
3	ACTIVIDADES EN MATERIA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA	
	3.1. ACCIONES DE AFIANZAMIENTO DE LA EXCELENCIA	45
	3.1.1. Consolidación del Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos Comunitat Valenciana – SICTED CV	45
	3.1.2. Programa consolidación y promoción de Qualitur Club	52
	3.1.3. Programa impulso a la normalización y certificación en el sector turístico	58
	3.2. DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA	59
	3.3. PROGRAMAS DE AYUDAS	60
	3.3.1. Ayudas dirigidas a entidades locales de la Comunitat Valenciana	60
	3.3.2. Ayudas dirigidas a empresas, asociaciones, federaciones y fundaciones de la Comunitat Valenciana	65
	3.3.3. Ayudas dirigidas a la realización de campañas de sensibilización contra el intrusismo en la oferta de alojamiento	71
	3.3.4. Ayudas contra la temporalidad y precariedad laboral en el sector turístico y para detección y tratamiento de enfermedades laborales de las camareras de piso	72

3.4. GENERACIÓN Y DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA: ESTADÍSTICAS DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA	73
3.4.1. Programa Estadístico	76
3.4.2. Operaciones en el marco del Plan Valenciano de Estadística 2007-2010 (prorrogado)	79
3.4.3. Sistema de Información Turística de la Comunitat Valenciana (TURPENTAHO)	81
3.4.4. Difusión	81
3.5. ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN	84
3.5.1. Estudios realizados en 2018	86
3.5.2. Papers de Turisme	86
3.6. ACCIONES DE APOYO A LAS ACTUACIONES DE POLÍTICA TURÍSTICA	86
3.6.1. Apoyo técnico a la presidencia y dirección de la agència	86
3.6.2. Premis Turisme Comunitat Valenciana	87
3.7. FOMENTO DE LA I+D Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN COLABORACIÓN CON LAS UNIVERSIDADES DE LA COMUNITAT VALENCIANA	88
3.8. PROYECTOS EUROPEOS Y RELACIONES INTERNACIONALES	91

4

ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS

4.1. INFRAESTRUCTURAS DE LITORAL	93
4.1.1. Actuaciones durante el año 2018 conducentes al mantenimiento y reparación de las instalaciones higiénicas y lúdico-deportivas de las playas de la Comunitat Valenciana	93
4.1.2. Actuaciones de inversión durante el 2018 de suministro e instalación de nuevos elementos de infraestructura turística en playas de la Comunitat Valenciana	94
4.1.3. Otras actuaciones de suministro e instalación de material para las playas	94
4.2. INFRAESTRUCTURAS DE CdT's Y OTRAS ACTUACIONES	95
4.2.1. Actuaciones de mejora de las instalaciones, adecuación y actualización normativa de las instalaciones para los CdT's	95
4.2.2. Centro de Desarrollo y Aceleración Turística de Valencia	96
4.2.3. Instalaciones del complejo Fábrica Giner	96
4.2.4. Otras actuaciones	99
4.3. ASESORAMIENTO E INFORMACIÓN TÉCNICA	101
4.3.1. Otras actuaciones de asesoramiento e información técnica	101
4.3.2. Informes preceptivos de actuaciones ante diversos organismos	101

5

ACTIVIDADES EN MATERIA DE FORMACIÓN E INNOVACIÓN TURÍSTICA

5.1. ACCIONES DE FORMACIÓN TURÍSTICA	103
5.1.1. Cualificación continua	104
5.1.2. Formación para el empleo	105
5.1.3. CdTJobs: Portal de empleo turístico	106
5.1.4. Canal CdT Televisión	107
5.1.5. Apoyo a iniciativas de promoción y difusión	107
5.1.6. Nuevo CdT de Morella	107
5.2. FOMENTO DE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA	108
5.2.1. Oficina DTI	108
5.2.2. Inteligencia competitiva y vigilancia tecnológica	109
5.2.3. Apoyo al emprendimiento en turismo, INVAT-TUR EMPRENDE	110
5.2.4. Proyectos I+D+i	111
5.2.5. Laboratorio de cocina	111
5.2.6. Comunicación y transferencia de resultados	112

6

ACCELERACIÓN EMPRESARIAL Y DESARROLLO DE LA RED GASTROTURÍSTICA

6.1. ACCETUR: ACCIONES DE EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO DE PYMES TURÍSTICAS	115
6.1.1. Información y atención a emprendedores y empresas	115
6.1.2. Captación del emprendimiento turístico y formación básica	115
6.2. ESTRATEGIA GASTRONÓMICA Y ENOTURÍSTICA	116
6.2.1. Gastroturismo	116
6.2.2. Turismo enológico	120

7

ACTIVIDADES EN MATERIA DE PROMOCIÓN

7.1. FERIAS	123
7.1.1. Ferias y certámenes turísticos nacionales	123
7.1.2. Ferias y certámenes turísticos internacionales	128
7.2. WORKSHOPS, JORNADAS INVERSAS Y PRESENTACIONES	134
7.2.1. Mercado nacional	134
7.2.2. Mercado internacional	135
7.3. VIAJES DE PRENSA Y FAMILIARIZACIÓN	138
7.3.1. Mercado nacional	138
7.3.2. Mercado internacional	139
7.4. ACCIONES OFFLINE	147
7.5. ACCIONES PÚBLICO FINAL	148

8

ACTIVIDADES EN MATERIA DE PRODUCTO Y TERRITORIO

8.1. PROGRAMA CREATURISME	151
8.2. EXPERIENCIAS CV	153
8.2.1. Material Offline	153
8.2.2. Material online	154
8.2.3. Microsite de Producto	154
8.3. ACCIONES DESARROLLADAS POR PRODUCTOS	155
8.3.1. Mediterráneo Activo/Deportivo	155
8.3.2. Mediterráneo Natural y Rural	160
8.3.3. Mediterráneo Cultural: Itinerarios, Rutas y Redes Culturales	165
8.3.4. Mediterranean Musix y Mediteranew Fest	172
8.3.5. Otros Productos segmentados	175

9

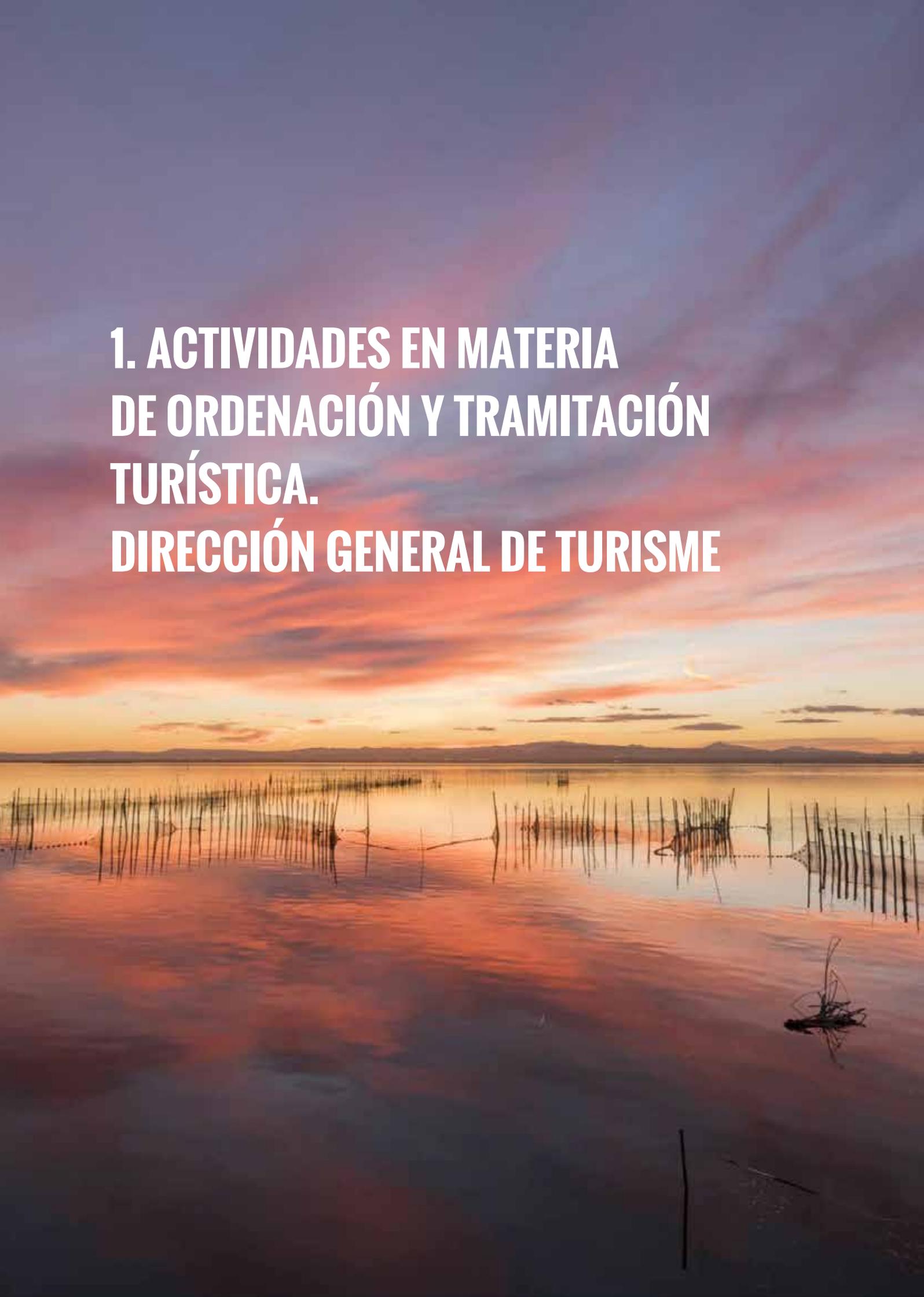
ACTIVIDADES EN MATERIA DE PUBLICIDAD, MARKETING ONLINE Y COMUNICACIÓN OFFLINE

9.1. REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS Y ACTUACIONES DE PUBLICIDAD	177
9.1.1. Campaña de publicidad autonómica, nacional e internacional 2018-2019	177
9.1.2. Campaña en medios de difusión del mensaje "Hospitalitat" 2017-2018	178
9.1.3. Inserciones publicitarias Fitur 2018	178
9.1.4. Creación de la marca gastronómica L'Exquisit Mediterrani	179
9.1.5. Filmación desestacionalización y periodo navideño	179
9.1.6. Locución de los spots de la campaña para mercados internacionales	179
9.1.7. Adaptaciones gráficas para el apoyo en la promoción turística	180
9.2. COLABORACIÓN EN LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS, DESTINOS Y EN LA EJECUCIÓN DE ACTUACIONES DE MARKETING EN MERCADOS DE INTERÉS PRIORITARIO	181
9.3. MARKETING ON LINE	183
9.3.1. Portal turístico comunitatvalenciana.com	183
9.3.2. Geoportat	186
9.3.3. Red de webcams	186
9.3.4. Desarrollo de una Estrategia de Marketing Online para la Comunitat Valenciana 2017-2019	186
9.4. COMUNICACIÓN OFFLINE: PUBLICACIONES Y CONTENIDO GRÁFICO	195
9.4.1. Reimpresiones y nuevas ediciones	195
9.4.2. Creación gráfica	197
9.4.3. Otras actividades	198

10

ACTIVIDADES DEL PROGRAMA RED DE OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA: XARXA TOURIST INFO

10.1. GESTIÓN DE LA RED TOURIST INFO	201
10.2. COBERTURA DE LA RED	202
10.2.1. Cobertura jurídica: convenios	202
10.2.2. Cobertura territorial	203
10.3. INDICADORES DE SERVICIO: HOSPITALIDAD	206
10.3.1. Indicadores cuantitativos	206
10.3.2. Indicadores cualitativos	207
10.4. ORIENTACIÓN AL CLIENTE: PLAN DE CALIDAD	209
10.5. ASISTENCIA Y SOPORTE A LOS DESTINOS, EMPRESAS Y ENTIDADES	210
10.6. COLABORACIÓN CON LOS CENTROS FORMATIVOS Y UNIVERSIDADES VALENCIANAS	211
10.7. CUALIFICACIÓN DEL EQUIPO HUMANO: EL PLAN DE FORMACIÓN	212
10.8. SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	213
10.9. PROYECTOS DE INNOVACIÓN	214
10.9.1. Premio a la innovación de la red Tourist Info 2017	214
10.9.2. Sistema de mensajería instantánea: WhatsApp	215
10.10. FOMENTO DE LA HOSPITALIDAD TURÍSTICA	216
10.11. LA RED TOURIST INFO 2017 EN CIFRAS	217

A scenic sunset over a body of water, likely a lake or bay. The sky is filled with soft, colorful clouds in shades of orange, pink, and purple. The sun is low on the horizon, casting a warm glow. In the foreground, several tall, thin reeds or stalks are visible, partially submerged in the water. The water reflects the colors of the sky and the reeds. The overall mood is peaceful and serene.

1. ACTIVIDADES EN MATERIA DE ORDENACIÓN Y TRAMITACIÓN TURÍSTICA. DIRECCIÓN GENERAL DE TURISME

1.1. NORMATIVA

■ 1.1.1. Publicación de la Ley 15/2018, de 7 de junio, de la Generalitat, de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana

Tras la tramitación, durante los ejercicios 2016 a 2018, del proyecto de Ley, de la Generalitat, de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana, en adelante LTOH, la norma fue aprobada y publicada en el DOGV el 8 de junio de 2018.

La nueva Ley viene a satisfacer las siguientes necesidades: facilitar el tránsito hacia un cambio de mentalidad sobre el turismo y su modelo de gestión, modelo concebido para posibilitar un uso racional del territorio, una mayor satisfacción de las personas visitantes, una mayor implicación de la población local y el incremento de la riqueza para la Comunitat Valenciana proveniente del sector que más contribuye al producto interior bruto y al empleo. En definitiva, afrontar los nuevos desafíos apostando por la economía turística, su sostenibilidad social y ambiental y las sinergias con el resto del sistema productivo valenciano, para poner al servicio de las necesidades de residentes, visitantes y recursos de la Comunitat Valenciana el conjunto de medios y actividades que existen y se desarrollan.

Todo ello, con el objeto de generar las condiciones que propicien la evolución de la actividad turística hacia un nuevo modelo que permita facilitar la integración de las personas visitantes con la población, la cultura y el medio ambiente locales. Motivo por el que se plantea hacer una ley innovadora que diferencie a la Comunitat Valenciana respecto a otros destinos; contemplar nuevos fenómenos como la economía colaborativa, el uso de las nuevas tecnologías, las redes sociales o la «gestión inteligente» de los destinos; valorizar la historia, la cultura, las tradiciones, el territorio y el paisaje de la Comunitat Valenciana; adaptar la normativa existente a la realidad actual; definir la planificación turística a corto y medio plazo; abordar cuestiones complejas como el municipio turístico, la gobernanza y las competencias en la gestión, el papel de las marcas, partiendo de la realidad de que todo el territorio de la comunidad conforma un destino turístico; ampliar el objeto de la ley, ir más allá de la concepción tradicional de actividad turística haciendo un texto inclusivo que considere también las necesidades sociales asociadas al turismo como el ocio e introduzca el concepto hospitalidad como condición necesaria que establezca el marco de relación de las personas visitantes con la población local; dar protagonismo a cuestiones como la sostenibilidad o la accesibilidad; introducir referencias al código ético del turismo e incluir la perspectiva de género a partir de la elaboración de planes de igualdad en las empresas y acabando con la brecha salarial.

La Ley ha venido a regular e impulsar:

- A.** La gestión colaborativa y corresponsable, entendida como los principios y fines que determinan la política de las administraciones públicas de la Comunitat Valenciana sobre los distintos agentes que intervienen en el turismo, así como las actuaciones en que se materializan.
- B.** El desarrollo de la competitividad turística, orientando las acciones hacia el desarrollo de una oferta turística argumentada en el territorio, con productos o segmentos turísticos específicos y con la participación de la población local.
- C.** La actividad turística, entendida como la destinada a proporcionar servicios de alojamiento, restauración, intermediación, información, asistencia, entretenimiento y disfrute de recursos y productos turísticos de la Comunitat Valenciana, además de la prestación de cualquier otro servicio relacionado con el turismo que se determine; y, por otro, a la disciplina turística, inspección y potestad sancionadora.

■ 1.1.2. Publicación del Decreto 101/2018, de 27 de julio, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de agencias de viajes de la Comunitat Valenciana

Tras la tramitación, durante el 2017, del proyecto de decreto del Consell por el que se aprueba el Reglamento de agencias de viajes de la Comunitat Valenciana, la norma fue aprobada y publicada en el DOGV el 2 de agosto de 2018.

El decreto vino a satisfacer las siguientes necesidades:

- A.** Por un lado, la norma garantiza a la persona viajera el acceso fácil, sin trámites excesivos, de forma gratuita y sin demoras indebidas, a la protección garantizada. Por otro lado, el nuevo decreto afecta a la cobertura que se garantiza, hasta ahora basada en la tradicional clasificación de las agencias mayoristas-minoristas, mayorista y minorista, que pasa a una cobertura basada en el volumen de negocios derivado de los ingresos por venta de viajes combinados alcanzado por la agencia en el ejercicio anterior, permitiéndose, no obstante, otras fórmulas. Esto último implica, por otra parte, la innecesariedad de mantener la tradicional clasificación de las agencias de viajes en tres tipos, ya que la cobertura de la garantía depende del volumen de negocios.

- B.** Otra novedad que recoge la norma es la desregulación de las actuaciones posteriores a la comunicación de la actividad, las referidas al nombre y a la marca comercial y a los tipos de contratos. La venta de servicios sueltos y programas de un día puede ser hasta ahora realizada por quienes no tengan la condición de agencia de viajes, por lo que no hay por qué mantener su regulación solamente para quienes sí deben tenerla por organizar, vender y ofertar viajes combinados.
- C.** Deja también de regularse el régimen específico de arbitraje que tradicionalmente se venía contemplando en los reglamentos aplicables a las agencias de viajes, posibilitando así la aplicación de cualquier sistema de solución extrajudicial de conflictos aplicable al resto de sectores económicos.

Por otra parte, la Disposición Transitoria Única del Decreto 101/2018 establece que las agencias de viajes ya inscritas en el Registro de la Comunitat Valenciana dispondrán del plazo de un año para proceder a la sustitución de la garantía que tienen suscrita por la establecida en el artículo 10 del decreto, especificando la entidad garante y el importe de la garantía.

Durante 2018 han procedido a realizar este cambio 38 agencias de viajes.

■ 1.1.3. Proyecto de Decreto regulador de los establecimientos de alojamiento turístico de la Comunitat Valenciana

La incesante evolución de las características, condiciones y circunstancias de todo tipo de la actividad turística ha llevado recientemente al legislador autonómico, preocupado por esta situación de cambio prácticamente constante, a aprobar un nuevo texto legal destinado a regular el sector turístico valenciano que, adaptado al nuevo contexto social, empresarial, profesional, tecnológico y normativo sectorial, asegure y fomente con las mayores garantías posibles la calidad, sostenibilidad y competitividad de una actividad tan relevante desde múltiples ópticas para el desarrollo de nuestra Comunidad Autónoma.

Con esa finalidad, la LTOH ha recogido y sistematizado las importantes novedades que han venido sucediéndose en el campo del sector turístico tanto en la realidad del día a día de profesionales, empresarios, usuarios y consumidores, como también en el campo normativo propiamente dicho y que no existían cuando se aprobó la Ley 3/1998, de 21 de mayo, de Turismo de la Comunitat Valenciana.

Constituye una parte capital de esas innovaciones normativas la relativa a la eliminación de barreras y obstáculos a la prestación de servicios encarnada en primer término por la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior y por su transposición en las leyes estatales de carácter básico, esto es, la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio; la Ley 25/2009, de 22 de diciembre, de

modificación de diversas leyes para su adaptación a la ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio; y la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado, que tiene por objeto hacer efectivo el principio de unidad de mercado en todo el territorio nacional mediante la libertad de establecimiento y libertad de circulación de operadores y la libre circulación de bienes y servicios.

En este contexto, una de las manifestaciones capitales de la actividad turística viene conformada por los establecimientos de alojamiento turístico que deben contar con unas óptimas condiciones de servicio al usuario en términos de máxima calidad, accesibilidad, información, transparencia, atención, seguridad y, como recoge la Ley, como principio básico, la hospitalidad.

No puede perderse de vista que todas estas características y prestaciones se han de encontrar y han de converger en un espacio físico que es el establecimiento de alojamiento turístico, el lugar –local, instalación o infraestructura– en el que se realizan y prestan en gran medida los servicios que recibe el usuario o consumidor del sector que nos ocupa y respecto de los que, desde el ámbito normativo, los poderes públicos han de velar porque se adopten las medidas y pongan los medios a fin de tratar de asegurar su máxima satisfacción como destinatarios últimos y principales de los servicios turísticos.

A este objetivo, entre otros, han tratado de servir las normas existentes hasta el momento en el ámbito normativo valenciano, sirve la LTOH y, ahora en su desarrollo, el citado decreto.



En materia de establecimientos de alojamiento turístico, el reciente texto legal introduce como novedad el albergue turístico como una modalidad más de alojamiento turístico, independiente de la tipología de hoteles, y la figura del hotel-balneario, que no se mencionaba en la Ley anterior.

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

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

Adicionalmente, el citado 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.

DURANTE 2018 SE HA AVANZADO EN LAS FASES ADMINISTRATIVAS DE ELABORACIÓN DEL INFORME DE NECESIDAD Y OPORTUNIDAD, CONSULTA PÚBLICA Y PROPUESTA DE INICIO DE EXPEDIENTE, ASÍ COMO EL INICIO DE LA FASE DE ALEGACIONES E INFORMACIÓN PÚBLICA DEL PROYECTO DE DECRETO.

■ 1.1.4. Proyecto de Decreto regulador del Estatuto del Municipio Turístico de la Comunitat Valenciana

La LTOH es una norma innovadora que garantiza la sostenibilidad, calidad y competitividad del modelo turístico superando el estricto concepto de sector turístico y fortaleciendo con ello la denominada economía turística, entendida como las repercusiones de esta actividad sobre el conjunto de transversalidades tanto de orden social como cultural, institucional, territorial y medioambiental.

En ese contexto, y tomando en consideración tanto los requerimientos como las repercusiones que la actividad turística tiene sobre el espacio físico en que se desarrolla, la nueva ley tiene por objeto, entre otros, proporcionar un marco normativo para la acción de las administraciones públicas de la Comunitat Valenciana que facilite la preservación y mejora de los recursos turísticos y su planificación y vertebración territorial.

El Libro II de la citada ley está dedicado al desarrollo de la competitividad del sector turístico de la Comunitat Valenciana orientando las acciones hacia el desarrollo de una oferta turística argumentada en el territorio, a través de actuaciones como la prestación de servicios que promuevan un desarrollo sostenible y responsable, el impulso de la calidad de la oferta, el fomento de la hospitalidad y la participación de la población local, la accesibilidad integral y la adecuada promoción y comunicación turística del destino.

La citada Ley otorga al territorio de la Comunitat Valenciana la consideración de activo turístico y reconoce la naturaleza turística de sus municipios, lo que implica que la prestación de sus servicios debe orientarse a la protección y desarrollo sostenible de sus recursos para satisfacción de las expectativas de las personas que los disfrutan. Y ese reconocimiento de la naturaleza turística de los municipios de la Comunitat Valenciana necesita de la cobertura del departamento del Consell competente en materia de turismo y la regulación detallada de su régimen jurídico, para lo que la LTOH prevé, además de otros instrumentos de planificación territorial, la elaboración de un estatuto del municipio turístico que, aprobado por decreto del Consell, lo desarrolle.

El Estatuto que se aprueba se configura como una norma en la que tienen un singular protagonismo la sostenibilidad turística, la inteligencia en los sistemas de conocimiento y gestión, la hospitalidad, el código ético del turismo, la valorización del territorio y del paisaje, la relevancia de la cultura, las señas de identidad y tradición local, y la cooperación y participación de los agentes locales en un nuevo modelo de gobernanza, todo ello con la finalidad de contribuir a la consecución de un modelo de gestión que posibilite un uso más racional del territorio, el incremento de la satisfacción del turista, una mayor implicación en el hecho turístico de la población local y la participación activa de todos los agentes turísticos en el crecimiento económico y desarrollo social que se deriva de la actividad turística. Y para ello deben desarrollarse y concretarse los conceptos e instrumentos básicos contenidos en la Ley, haciendo referencia a aquellos aspectos que más inciden en la gestión turística desde el ámbito material de intervención de la administración municipal.

DURANTE 2018 SE HA AVANZADO EN LAS FASES ADMINISTRATIVAS DE CONSULTA PÚBLICA Y PROPUESTA DE INICIO DE EXPEDIENTE DEL PROYECTO DE DECRETO.

■ 1.1.5. Proyecto de Decreto regulador de los órganos para la coordinación de la acción turística y del organismo para la gestión de la política turística previstos en la nueva Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana

La nueva Ley 15/2018, de 7 de junio, de la Generalitat, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana, tiene como objeto, entre otros, adaptar la normativa existente a la realidad actual; definir la planificación turística a corto y medio plazo; y abordar cuestiones complejas como la gobernanza, las competencias en la gestión e introducir referencias al código ético del turismo.

Un adecuado desarrollo y materialización de las previsiones que contempla la ley requieren de una gestión colaborativa que ordene las acciones de la administración turística dirigidas a favorecer la competitividad del sector y la satisfacción de las personas usuarias de los servicios turísticos que solo es posible desde la participación en la acción pública, tanto de los agentes profesionales y de quienes residen en la Comunitat Valenciana como de aquellas personas que la visitan. Por ello, se debe contar con una gobernanza dirigida a facilitar los cauces de acceso a la administración turística valenciana, tanto potenciando los existentes como habilitando nuevas vías, incluyendo la incorporación de todos los grupos de interés en los órganos colegiados consultivos y asesores del Consell en materia de turismo. En este terreno cobra especial importancia la participación ciudadana que contribuya a orientar las actuaciones dirigidas a preservar el bienestar de las comunidades receptoras de turistas, a cuya finalidad también se dirigen una serie de obligaciones básicas para las personas usuarias de los servicios turísticos, vinculadas a la ética del turismo.

Asimismo, es imprescindible que esa gestión colaborativa asegure la comunicación, colaboración y coordinación en las actuaciones que llevan a cabo las distintas administraciones públicas competentes en materia de turismo para potenciar la eficiencia, eficacia, diversidad y economía en las actuaciones públicas en el ámbito del turismo.

El Libro I de la LTOH está dedicado a la gestión colaborativa y corresponsable, entendida como los principios y fines que determinan la política de las administraciones públicas de la Comunitat Valenciana sobre los distintos agentes que intervienen en el turismo, así como las actuaciones en que se materializan.

Concretamente, el título I del Libro I de la Ley se dedica a la gobernanza turística, contiene los compromisos de actuación a los que han de ajustarse las actuaciones de la administración turística valenciana, que requieren de una eficaz materialización en ámbitos como la calidad, mejora de la competitividad, sostenibilidad, hospitalidad, agilidad administrativa y participación. Estos compromisos son recogidos en los capítulos I y II de la Ley, mientras que el capítulo III recoge los diferentes órganos para la coordinación de la acción turística, y el capítulo IV, el cambio de denominación de la actual Agència Valenciana del Turisme, cuyo desarrollo queda pendiente de las correspondientes elaboraciones reglamentarias.

En ese contexto, el decreto se aborda con el objeto de establecer, por una parte, la composición, organización y funciones de los órganos para la coordinación de la acción turística y, por otra, la naturaleza y estructura del organismo público para la gestión de la política turística, Turisme Comunitat Valenciana, su objeto, organización, régimen jurídico, facultades y funcionamiento de sus órganos, así como, el resto de funciones de los órganos de la entidad. Todo ello conforme a lo dispuesto en el título IX de la Ley 1/2015 de 6 de febrero, de la Generalitat, de Hacienda Pública, del Sector Público Instrumental y Subvenciones.

DURANTE 2018 SE HA AVANZADO EN LAS FASES ADMINISTRATIVAS DE INFORME SOBRE LA NO NECESIDAD DE CONSULTA PÚBLICA PREVIA Y PROPUESTA DE INICIO DE EXPEDIENTE, ELABORACIÓN DE LOS INFORMES DE IMPACTO, INFORME SOBRE LA COORDINACIÓN INFORMÁTICA Y SOLICITUD A LA DIRECCIÓN GENERAL DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES DEL INFORME DE ANÁLISIS DE ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA E INFORME DE REPERCUSIÓN INFORMÁTICA, ASÍ COMO LA FASE DE ALEGACIONES E INFORMACIÓN PÚBLICA.

■ 1.1.6. Proyecto de decreto regulador de la Disciplina Turística en la Comunitat Valenciana

La nueva Ley 15/2018, de 7 de junio, de la Generalitat, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana, dedica el título II a la disciplina turística, la inspección y la potestad sancionadora, contemplando el régimen dirigido a salvaguardar una adecuada ordenación del sector contribuyendo a desterrar el intrusismo y las actividades fraudulentas, además de velar por los intereses y derechos tanto de la prestación de servicios como de las personas usuarias de servicios turísticos, atribuyendo al personal inspector el carácter de autoridad en sus funciones de comprobación, vigilancia y control del cumplimiento de la normativa turística. En su actividad cualificada, los documentos formalizados en el ejercicio de su labor gozan de presunción de veracidad y deberán actuar con la debida proporcionalidad.

La ley, en los 22 artículos en que se desarrolla el Título II, contiene una detallada regulación de la potestad sancionadora y el procedimiento sancionador, de las infracciones y sanciones y de la inspección turística, si bien en varios de ellos remite a su posterior desarrollo reglamentario, para lo que su disposición final primera concede un plazo máximo de dieciocho meses.

En estos momentos, el desarrollo reglamentario en materia de disciplina turística se contiene en el decreto 206/1999, de 9 de noviembre, del Consell, regulador de la Disciplina Turística. Este decreto contiene una redacción detallada de los órganos competentes para la imposición de sanciones y del procedimiento sancionador basado en la Ley 30/1992 y en el Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto, por el que se aprobó el reglamento del procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora, ambos textos derogados por la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del procedimiento administrativo común de las administraciones públicas.

Todo ello requiere de una actualización y adecuación a estas nuevas normas, así como el desarrollo del mandato contenido en la Ley de garantizar una adecuada planificación inspectora mediante la elaboración anual de un plan de inspección donde deben establecerse los objetivos de la actuación inspectora, los establecimientos objeto de inspección y su ámbito geográfico y temporal. Todo ello teniendo en cuenta, como también ordena la Ley, la correcta y suficiente relación entre el número de inspectores e inspectoras y las zonas objeto de inspección a efectos de garantizar un control eficaz y eficiente de la actividad inspectora.

DURANTE 2018 SE HA AVANZADO EN LAS FASES ADMINISTRATIVAS DE CONSULTA PÚBLICA, INFORME JUSTIFICATIVO DE NECESIDAD Y OPORTUNIDAD, PROPUESTA DE INICIO DE EXPEDIENTE, ELABORACIÓN DE LA MEMORIA ECONÓMICA, DE LOS INFORMES DE IMPACTO, DE ANÁLISIS DE ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA, DE REPERCUSIÓN INFORMÁTICA, Y DE EVALUACIÓN DEL POSIBLE IMPACTO EN LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE COMPETITIVIDAD DE LA COMUNITAT VALENCIANA, ASÍ COMO LA FASE DE INFORMACIÓN PÚBLICA.

1.2. REGISTRE DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA

En la Gestión del Registro de Turisme de la Comunitat Valenciana, se han llevado a cabo las siguientes inscripciones de altas, bajas, modificaciones, reclasificaciones, desistimientos y dispensas:

TIPO DE EMPRESA TURÍSTICA	ALTAS	BAJAS	MODIFICACIONES	RECLASIFICACIONES	DISPENSAS	TOTAL
Establecimientos hoteleros	37	12	290	22	4	365
Campings y áreas de pernocta	2	0	22	4	1	29
Bloques y conjuntos de viviendas turísticas	3	0	17	0	0	20
Alojamientos turísticos rurales	42	33	52	5	2	134
Turismo activo	55	1	18	0	0	74
Restauración	417	101	917	0	0	1.435
Agencias de Viajes	95	80	181	12	0	368
Empresas gestoras de viviendas turísticas	169	21	40	0	0	230
Viviendas turísticas	16.023	6.435	220	0	0	22.678
TOTAL	16.843	6.683	1.757	43	7	25.333

Nueva aplicación autoregistro de viviendas turísticas

Durante 2018, 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 ha procedido a inscribir a través de este procedimiento un total de 1.806 registros de viviendas turísticas.

Del total de viviendas registradas por el AUTOREGISTRO, 902 corresponden a la provincia de Alicante, 157 a Castellón y 747 a la provincia de València.

En 2018, en coordinación con el Servicio de Informática, se propuso poner en funcionamiento que personas jurídicas, siempre que no estén registradas como empresas gestoras de viviendas de uso turístico, que dispongan de hasta cuatro viviendas de uso turístico, puedan realizar la inscripción de las mismas por el procedimiento de Autoregistro.

Implantación del artículo 65 de la Ley 15/2018, de 7 de junio, de la Generalitat, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana

Con la entrada en vigor de la nueva ley de turismo, se ha procedido a exigir la disponibilidad, en la tramitación de las altas de viviendas turísticas, del informe municipal de compatibilidad urbanística que permita dicho uso. Para ello es obligatoria la cumplimentación en el apartado correspondiente en la Declaración Responsable del código de seguridad y verificación (CSV).

En la aplicación Autoregistro se propuso, en coordinación con el Servicio de Informática, que debería ser obligatoria en la tramitación de las altas la cumplimentación de un campo para anexas el informe municipal favorable de compatibilidad urbanística, no así el código CSV porque hay Ayuntamientos que no tienen documento electrónico. Dicha obligatoriedad también debería de ponerse en marcha para el caso de la aplicación EEAT-i para las empresas gestoras de viviendas turísticas.

Guía de la vivienda turística para propietarios

Durante 2018, se ha revisado la "Guía de la vivienda turística para propietarios" en colaboración con el Colegio de Administradores de Fincas a efectos de introducir las novedades de la Ley de turismo, ocio y hospitalidad.

La Guía tiene por objeto poner en conocimiento de quienes pretendan dedicar al alquiler turístico una vivienda, no solo qué se considera "vivienda turística" en la Comunitat Valenciana y las repercusiones de tal consideración, sino también un conjunto de trámites administrativos que deben conocer y que les pueden

afectar como disponer de hojas de reclamaciones, preparar partes de entrada de viajeros, disponer del certificado de eficiencia energética, cumplir con los Estatutos y normas de la Comunidad de Propietarios respecto de la cesión de viviendas con fines turísticos, etcétera.

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

1.3. GESTIÓN DE PROCEDIMIENTOS ESPECIALES

■ 1.3.1. Actualización Registro Empresas Turísticas de Servicios Complementarios

Durante 2018 se ha continuado con el proceso de informatización de la inscripción de las empresas turísticas de servicios complementarios, previos los trámites de audiencia de confirmación de datos con los titulares de dichas empresas.

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

En este tipo de Empresa turística se han realizado las siguientes actuaciones durante el año 2018:

EMPRESAS TURÍSTICAS DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
TIPO DE RESOLUCIÓN	NÚMERO
Inscripciones	36
Denegaciones	4
Desistimientos	12
Bajas	2

■ 1.3.2. Accesibilidad

Dentro del Plan Estratégico del Turismo Accesible de la Comunitat Valenciana 2017-2020, cabe destacar que uno de los pilares de la política turística de la Generalitat tiene por 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 que permita al sector acceder a este mercado, se vienen realizando las actuaciones de comprobación de la disponibilidad de instalaciones y servicios accesibles que figuran a continuación.

Las **auditorías** de comprobación realizadas en los **alojamientos turísticos** durante el ejercicio **2018** son las siguientes:

TIPO DE EMPRESA TURÍSTICA	NÚM.
Establecimientos hoteleros auditados	194
Establecimientos hoteleros adaptados	56
Establecimientos hoteleros practicables (con necesidad de acompañante)	31
Albergues rurales auditados	6
Albergues rurales adaptados	5
Albergues de ciudad auditados	7
Casas rurales auditadas	4
Casas rurales adaptadas	4
Campings auditados	28
Campings de turismo adaptados	13
Viviendas turísticas	1
Bloques y conjuntos de viviendas turísticas	3

■ 1.3.3. Declaraciones de Interés Comunitario (DICs)

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

Durante el año 2018, en la Dirección General de Turismo de la Comunitat Valenciana se han tramitado 66 solicitudes de informes sobre Declaración o Exención de Declaración de Interés Comunitario.

INFORMES DE DICs	NÚM.
Declaraciones de Interés Comunitario	21
Exenciones de Declaración de Interés Comunitario	45

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 han tramitado y resuelto los siguientes recursos:

RECURSOS	NÚM.
Recursos de alzada	5
Recurso potestativo de reposición	1
Recurso extraordinario de revisión	-

1.5. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA TRAMITACIÓN TURÍSTICA

■ 1.5.1. Gestión del Programa IMI

El **sistema de información del mercado interior (IMI)** es una herramienta electrónica desarrollada por la Comisión Europea, para el intercambio de información entre las autoridades competentes de los Estados Miembros, con objeto de garantizar la supervisión de las actividades de prestación de servicios y de reconocimiento de cualificaciones profesionales, tal como si un prestador de servicios está legalmente establecido en otro Estado miembro, si está autorizado a ejercer una determinada actividad, si un documento ha sido realmente expedido por una autoridad competente, etc.

Con su gestión se da cumplimiento de la obligación de cooperación administrativa establecida en la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a los servicios en el mercado interior.

En 2017 se estableció la posibilidad de intercambio de información entre las distintas administraciones públicas de las comunidades autónomas de España, dado que anteriormente el intercambio de información era únicamente entre autoridades de los Estados Miembros de la Unión Europea, habiéndose contestado durante 2018 cuatro consultas efectuadas con esta nueva modalidad.

En cuanto a las consultas realizadas, durante 2018 se han realizado 5 dentro del módulo de cualificaciones profesionales a fin de poder proceder al reconocimiento del título de formación o certificado de competencia obtenido en el país de la Unión Europea de la persona solicitante, para el ejercicio en la Comunitat Valenciana de la profesión de guía de turismo.

■ 1.5.2. Tramitación telemática

En 2018 se han recibido un total de 2.773 solicitudes de tramitación vía telemática, efectuadas por los usuarios utilizando este servicio de simplificación administrativa, lo que supone un incremento con respecto al año anterior de algo más del 80%. La evolución desde que se puso en funcionamiento la posibilidad de presentación de solicitudes de tramitación de procedimientos por esta vía ha sido siempre ascendente.

Se distribuyen según su tipología de la siguiente manera:

TIPO DE TRAMITACIÓN TELEMÁTICA	NÚM.	TIPO DE TRAMITACIÓN TELEMÁTICA	NÚM.
Establecimientos hoteleros	76	Campings	10
Agencias de viajes	164	Empresas turísticas de servicios complementarios	75
Establecimientos de restauración	484	Reclamaciones a empresas turísticas	27
Empresas gestoras de viviendas turísticas	143	Actividad de bloques y conjuntos de viviendas turísticas.	12
Empresas de turismo activo	43	Profesión de Guía de Turismo	1
Establecimientos de alojamiento rural	33	Aportación documentación	50
Actividad de viviendas turísticas	1.655		

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

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

Durante 2018, se han contabilizado las siguientes inscripciones en la plataforma:

EMPRESAS GESTORAS	NÚM.
Alicante	114
Castellón	25
València	40
TOTAL	179

VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO	ALTAS	BAJAS
Alicante	4.107	1.860
Castellón	1.489	994
València	1.552	757
TOTAL	7.148	3.611

■ 1.5.4. Actualización de aplicaciones informáticas

Tras la entrada en vigor de las leyes 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, se ha trabajado en la adaptación de los documentos y procedimientos administrativos de inscripción en el Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana.

■ 1.5.5. Atención al usuario: contacta_turisme@gva.es

Turisme Comunitat Valenciana tiene a disposición de los usuarios la Web Institucional por la que, a través del correo electrónico contacta_turisme@gva.es se reciben consultas, peticiones y solicitudes de información sobre aplicación de las normas del sector turístico. Las consultas recibidas por esta vía y a través del Portal Turístico y de las Oficinas PROP sobre la normativa turística en el año 2018 son:

CONSULTAS RECIBIDAS	NÚM.
AGENCIAS DE VIAJES	33
DISTINTIVOS	2
EMPRESAS TURÍSTICAS	56
PROFESIONES TURÍSTICAS GUIAS DE TURISMO	38
VIVIENDAS TURÍSTICAS	84
TOTAL PETICIONES Y CONSULTAS	213

1.6. PROFESIONES TURÍSTICAS. GUÍAS DE TURISMO

■ 1.6.1. Renovaciones de acreditaciones

Conforme a lo establecido en el artículo 6 del Decreto 62/1996, de 25 de marzo, del Gobierno Valenciano, por el que se aprueba el reglamento regulador de la profesión de guía de turismo, la acreditación de guía de turismo deberá renovarse, en todo caso, cada cinco años contados desde su obtención y, también, siempre que varíe cualquier dato de los que contenga. Durante 2018 se han realizado 69 acreditaciones entre renovaciones y duplicados por extravío o sustracción.

■ 1.6.2. Convocatoria de 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

Por RESOLUCIÓN de 8 de mayo de 2017, de la directora general de Turismo, se convocaron 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.

Dichas pruebas tenían dos partes: una de idiomas y otra de conocimientos específicos sobre las unidades temáticas que figuran en la mencionada Resolución.

La parte de conocimientos específicos estaba integrada por dos fases, la primera una prueba escrita y la segunda una exposición oral donde se valoraba la capacidad de comunicación, desenvoltura, coherencia en la exposición, corrección gramatical, la fluidez en el discurso y los conocimientos.



Durante 2018 se ha celebrado la segunda parte de las pruebas, conocimientos específicos.

Concluido el proceso establecido por Resolución de 8 de mayo de 2017, con fecha 28 de junio de 2018, la directora general de Turismo resolvió la habilitación como guías de turismo de la Comunitat Valenciana y su inscripción en el Registro correspondiente de las personas declaradas aptas relacionadas en el anexo I de dicha resolución, así como la ampliación de idiomas para las personas ya habilitadas como guías de turismo que superaron las pruebas de una u otra forma y relacionadas en el anexo III. De igual manera, resolvió la habilitación condicionada a la presentación de la homologación del título académico, en el plazo de 18 meses desde la mencionada fecha, de las personas declaradas aptas y relacionadas en el anexo II.

De las personas participantes en las pruebas de ampliación de idiomas 21 fueron declaradas aptas. Finalmente, las personas participantes declaradas Aptas y habilitadas han sido 249, a las que hay que sumar 4 personas más que han presentado la homologación requerida, por lo que hacen un total de 253.

1.7. ASISTENCIA A ASOCIACIONES PROFESIONALES Y EMPRESAS RELACIONADAS

■ 1.7.1. Agencias de viajes, publicación del Decreto 101/2018

Publicado el nuevo decreto por el que se aprueba el Reglamento de agencias de viajes de la Comunitat Valenciana, se han atendido todas las consultas realizadas por las distintas Asociaciones de Agencias de Viajes de la Comunitat Valenciana en relación con su aplicación, especialmente en lo referente a la nueva garantía de las agencias de viajes establecida en el artículo 10 del decreto y al régimen transitorio de adaptación establecido en su Disposición Transitoria.

Así mismo, en fecha 27 de diciembre 2018 se publicó en el BOE el Real Decreto-ley 23/2018, de 21 de diciembre, de transposición de directivas en materia de marcas, transporte ferroviario y viajes combinados y servicios de viaje vinculados, habiéndose atendido a todas las consultas que se han realizado, concretamente sobre la transposición de la Directiva 2015/2302 del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados.



**2. ACTIVIDADES EN MATERIA DE
ASISTENCIA E INSPECCIÓN TURÍSTICA.
DIRECCIÓN GENERAL DE TURISME**

2.1. PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS

Las actuaciones de prevención y protección contra incendios se han dirigido a los establecimientos de alojamiento turístico y a tal efecto se han llevado a cabo durante 2018 visitas en toda la Comunitat Valenciana.

En 2018 se han realizado las actuaciones de inspección en materia de prevención y protección contra incendios en los establecimientos de alojamiento turístico reflejadas en el cuadro anterior. La gestión del programa consiste en la realización de visitas de inspección por los ingenieros habilitados ordenadas desde el Servicio de asistencia e inspección turística, las cuales se han realizado a petición de los Servicios Territoriales Instructores de los expedientes sancionadores, con la finalidad de resolver o aclarar cuestiones técnicas en materia de incendios necesarias para las propuestas de resolución de cara a las resoluciones sancionadoras que pone fin a los expedientes sancionadores.

2.2. CONTROL CUMPLIMIENTO NORMATIVA TURÍSTICA

■ 2.2.1. Gestión de reclamaciones e inspección

Con el objetivo de elevar la calidad de la oferta existente asegurando la subsanación de las posibles deficiencias o irregularidades que pudieran surgir, así como garantizar el adecuado cumplimiento de las obligaciones para con los usuarios y detectar las actividades que operen en la clandestinidad, durante el ejercicio 2018 se han realizado las siguientes acciones:

- A.** Gestión de reclamaciones: Se han recibido y tramitado 1.229 reclamaciones de usuarios turísticos con el siguiente desglose: en Alicante 579, en València 355 y en Castellón 295.
- B.** Inspecciones: Respecto a la actividad inspectora, se han realizado 2.158 actuaciones, repartiéndose como se indica a continuación: en Alicante 547, en Castellón 861, y en València 750.

■ 2.2.2. Actividades contra el intrusismo

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

El resultado de las actuaciones iniciadas en el año 2016 en relación a expedientes sancionadores a plataformas de Internet, fue la colaboración por parte de determinadas plataformas que manifestaron la voluntad por cumplir con la normativa autonómica la cual obligaba a publicitar el número de inscripción de la vivienda turística en los portales, iniciando cambios técnicos correspondientes para dar correcto cumplimiento en sus respectivas webs.

La administración valoró positivamente esta nueva línea de actuación, si bien la inspección turística comprobó que otras plataformas continuaban actuando sin cumplir con lo establecido en la entonces vigente Ley 3/98 de Turismo, y por tanto ante dicha omisión calificada como falta muy grave del artículo 52.5 de la ley, procedió a incoar en 2016 expedientes sancionadores a las plataformas de Internet HomeAway, Niumba y Milanuncios, Airbnb, Fotoalquiler, Rentalia y Yaencontre-Jahetrobat por no publicitar en sus páginas Web los números de registro de las viviendas turísticas que comercializan. Estos expedientes se encuentran ya finalizados en vía administrativa.

En el ejercicio 2017 se abrieron expedientes sancionadores a las siguientes plataformas:

- ▶ Vacaciones España, Locasun, Tucasa, y Windu.
- ▶ En el ejercicio 2018 han finalizado los siguientes: HomeAway, Rentalia, Vacaciones España, Locasun, Media Vacaciones, Destinia, Tucasa.

Y se han abierto durante el año expedientes sancionadores a las siguientes plataformas:

- ▶ Mil anuncios
- ▶ Novasol
- ▶ IHA (Diligencias previas)

Adicionalmente, se han archivado en 2018 por subsanación, los expedientes abiertos a las siguientes plataformas:

- ▶ Vibbo, Brujulea, Interhome, Alquiler Playa, E-domizil, Casaspain, Fotocasa, Rentalia, Altamar, Edessa, Raymar, Dormiroom, Way to stay, Friendly rentals.

En resumen, desde el inicio del programa en 2016 hasta el momento presente se han abierto 34 procedimientos a plataformas de alquiler turístico por Internet por no incluir en sus páginas Web el número de registro de las viviendas que publicitan. De ellas 18 son diligencias previas, 15 de las cuales han concluido con el archivo por haberse subsanado las deficiencias y tres se encuentran abiertas. En 16 casos se han abierto expedientes sancionadores de los que han finalizado 15, habiéndose impuesto sanciones por un importe global de 164.401 euros.

■ 2.2.3. Plan de inspección 2018

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

Los planes se dividen en dos partes:

Plan general dirigido a:

- ▶ La elaboración de informes, levantamiento de actas, comprobación de reclamaciones, control de actividades o servicios que realicen las personas físicas y empresas turísticas derivadas del libre acceso a los servicios y su ejercicio (Directiva 17/2009).
- ▶ Al asesoramiento e información de los distintivos de los establecimientos de los subsectores turísticos, conforme la nueva regulación de los mismos que preveía dos años para su implantación (Decreto 2/2017, del president por el que se establecen distintivos correspondientes a las empresas y a los establecimientos turísticos).

- ▶ Comprobación de la calidad de la planta hotelera centrándose en 2018 en los hoteles de tres estrellas. Durante 2018 se han inspeccionado 120 establecimientos hoteleros, de los que 67 son de València, 18 de Castellón y 35 de Alicante.
- ▶ Verificación y comprobación de la correcta clasificación de las altas realizadas en el registro de alojamiento rural en el periodo 2012-2014. Durante 2018 se han inspeccionado 133 alojamientos rurales de los cuales 34 son de València, 37 de Alicante y 62 de Castellón.

Planes especiales dirigidos a:

- ▶ Estado de las instalaciones en los campamentos de turismo. Comprobación de los sistemas de evacuación y emergencias. Durante 2018 se han inspeccionado 51 campamentos turísticos de los que 32 son de València, 12 de Castellón y 7 de Alicante.
- ▶ Actualización y depuración del Registro de viviendas turísticas correspondiente a las inscripciones realizadas en el periodo 1993-2010. Durante 2018 se realizaron 1.642 comprobaciones en el registro, de las que 683 se corresponden a València, 673 a Castellón y 286 a Alicante.
- ▶ Actuaciones contra el intrusismo.

Las actuaciones más relevantes en la lucha contra el intrusismo a lo largo de 2018 han sido las siguientes:

Se celebró la octava comisión sobre intrusismo en el sector turístico en noviembre de 2018, con asistencia de la casi totalidad de sus miembros. Se informó de las actuaciones desarrolladas frente al intrusismo por parte de la Secretaría Autonómica. Se presentaron las campañas de comunicación financiadas por Turisme Comunitat Valenciana a través de las convocatorias de ayudas 2018 y realizadas por Avacu, Fevitur y la Asociación de Empresarios de Alcalá- Alcossebre.

Colaboración con las policías locales en la lucha contra el intrusismo en viviendas turísticas:

Tras la reunión con el Ayuntamiento de Gandia realizada en 2018, se amplió y mejoró la colaboración iniciada en 2017, abarcando todos los periodos vacacionales del año. Así, se han llevado a cabo 94 actuaciones de detección de viviendas turísticas en coordinación con los agentes de inspección, suponiendo un 522% de incremento sobre 2017.

Incorporación de nuevos ayuntamientos: Sax, Dénia, Peñíscola y Benicarló, sentando las bases para futuras actuaciones.

En diversas reuniones mantenidas a lo largo de 2018 con el Ayuntamiento de València este ha manifestado su interés en participar en esta línea de colaboración, que ha culminado en la suscripción de un protocolo de intenciones entre el consistorio y Turisme CV.

Campaña de verano 2018

La campaña de verano dirigida a la lucha contra el intrusismo en viviendas turísticas se ha realizado con total normalidad, destacando la buena colaboración con la policía autonómica. Es de destacar no solo la independencia de la actuación de la policía autonómica con respecto a la actuación del año anterior –la cual estaba unida a la inspección turística–, manteniendo la estrecha coordinación con la inspección turística adscrita a los servicios territoriales de turismo, y la continuidad en la colaboración con municipios costeros de la Comunitat Valenciana a través de protocolos de colaboración.

Se realizó una también actividad formativa en los servicios territoriales destinadas a los agentes de los cuerpos de seguridad y se procedió a facilitar las fichas diseñadas específicamente con instrucciones para su correcta cumplimentación.

Como resultados más notables de la campaña se puede citar la comprobación global de 9.726 viviendas turísticas mediante la acción conjunta de la inspección turística y la de la unidad de la Policía Nacional adscrita a la Generalitat y diversas policías locales.

La campaña comprendió los meses de **julio, agosto y septiembre de 2018** y de la misma se desprende el resultado, en cuanto a visitas, actas e informes siguiente:

	Nº VISITAS	Nº ACTAS	Nº INFORMES
PROVINCIA ALICANTE	5.536	29	26
PROVINCIA CASTELLÓN	447	13	33
PROVINCIA VALENCIA	3.743	13	86
TOTAL	9.726	55	145

Como resultado del esfuerzo realizado a lo largo de las campañas estivales, y también durante el resto del año, se relacionan a continuación los siguientes resultados globales anuales de las altas en viviendas turísticas en el periodo **2014-2018**:

	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
PROVINCIA ALICANTE	2.303	3.578	7.010	10.300	10.627	33.818
PROVINCIA CASTELLÓN	803	1.852	2.658	2.403	2.813	10.529
PROVINCIA VALENCIA	747	955	3.180	3.486	3.741	12.109
TOTAL	3.853	6.385	12.848	16.189	17.181	56.456

Adicionalmente, en 2108 en el marco de la campaña de verano se ha procedido el alta en el registro de turismo de 30 nuevas empresas gestoras.

■ 2.2.4. 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:

	2018
PROVINCIA ALICANTE	54
PROVINCIA CASTELLÓN	36
PROVINCIA VALENCIA	64
TOTAL	154

Se han presentado y resuelto conforme al artículo 121 de la Ley 39/2015 de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas los siguientes recursos de alzada:

	2018
PROVINCIA ALICANTE	7
PROVINCIA CASTELLÓN	2
PROVINCIA VALENCIA	5
TOTAL	14

Se encuentran pendientes de resolver los siguientes recursos contenciosos administrativos en los Juzgados interpuestos por:

- ▶ Air B&B
- ▶ Hotel Atarazanas
- ▶ Apartamentos Maryciel
- ▶ Wimdu GMBH
- ▶ Hotel La Estación
- ▶ Vacaciones 3000 Costa Azahar
- ▶ Viajes El Corte Inglés (2 expedientes)
- ▶ Camping Titus
- ▶ Oliwood Beach
- ▶ Santara Resort
- ▶ Dolores García Orient



2.3. DECLARACIONES DE INTERÉS TURÍSTICO

De conformidad con el Decreto 119/2006, de 28 de julio, del Consell, regulador de las declaraciones de fiestas, itinerarios, publicaciones y obras audiovisuales de interés turístico de la Comunitat Valenciana, en el ejercicio 2018 se han realizado 15 declaraciones de fiestas de interés turístico, de las cuales, dos son fiestas de Interés Turístico Autonómico, ocho son fiestas de Interés Turístico Provincial, cuatro son fiestas de Interés Turístico Local, y 1 es Itinerario de Interés Turístico Local. Se desestimaron dos solicitudes por informe desfavorable y se inadmitió 1 por no adaptarse a la normativa de aplicación en la declaración de Fiesta de Interés Turístico de la Comunitat Valenciana.

■ 2.3.1. Fiestas de Interés Turístico AUTONÓMICO

- ▶ **"Festes Majors Patronals" de Benidorm (Alicante).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Autonómico de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de de Turisme, de fecha 12 de noviembre de 2018 (DOGV 11/12/2018).
- ▶ **"Día de las Paellas" de Benicàssim (Castelló).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Autonómico de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 7 de noviembre de 2018 (DOGV 26/11/2018).

■ 2.3.2. Fiestas de Interés Turístico PROVINCIAL

- ▶ **"Semana Santa de Alboraya" (València).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 16 de enero de 2018 (DOGV de 07/02/2018).
- ▶ **"Fira Tradicional d'Atzaneta del Maestrat" (Castelló).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 29 de enero de 2018 (DOGV de 15/02/2018).
- ▶ **"La Matxà" de Almassora (Castelló).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 04 de abril de 2018 (DOGV de 30/04/2018).

- ▶ **"Desembarcament - Festes de Moros i Cristians de El Campello" (Alacant).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 07 de noviembre de 2018 (DOGV de 05/12/2018).
- ▶ **"La Passejà de Sant Onofre" de Quart de Poblet (València).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha 14 de marzo de 2018 (DOGV de 12/04/2018).
- ▶ **"Moros i Cristians en honor a Sant Pere Apòstol" de Benissa (Alacant).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha de 01 de agosto de 2018 (DOGV de 21/08/2018).
- ▶ **"Romería del Santísimo Cristo de la Salud del Palmar por el Real Lago de la Albufera" de El Palmar (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha de 7 de noviembre de 2018 (DOGV 22/11/2018).
- ▶ **"Las Fallas de Benaguasil" de Benaguasil (Valencia).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Provincial de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha de 7 de noviembre de 2018 (DOGV 26/11/2018).

■ 2.3.3. Fiestas de Interés Turístico LOCAL

- ▶ **"Festa de les Cartes i la Rondalla de la Puríssima" de Albocasser (Castelló).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha de 28 de mayo de 2018 (DOGV 7/06/2018).
- ▶ **"Ball Plà" de Sant Mateu (Castelló).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha de 15 de marzo de 2018 (DOGV 23/03/2018).
- ▶ **"Escenificación de Jueves Santo" de Rojales (Alacant).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha de 14 de mayo de 2018 (DOGV 25/05/2018).
- ▶ **"Moros i Cristianos" de Callosa de Segura (Alacant).** Declarada Fiesta de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha de 31 de julio de 2018 (DOGV 21/08/2018).

■ 2.3.4. Itinerarios de Interés Turístico LOCAL

- ▶ **"Ruta de las Ermitas" de Ayora (Valencia).** Declarada Fiesta de Itinerario de Interés Turístico Local de la Comunitat Valenciana por Resolución del Secretario Autonómico de Turisme, de fecha de 7 de noviembre de 2018 (DGV 05/12/2018).

■ 2.3.5. Fiestas de Interés Turístico Nacional declaradas por la Administración General del Estado

Adicionalmente se procedió a tramitar con informe favorable dos solicitudes de fiestas de Interés Turístico Nacional de conformidad con la Orden ITC/1763/2006, de 3 de mayo, por la que se regula la declaración de fiestas de Interés Turístico Nacional e Internacional.

- ▶ **"Fiestas de Moros y Cristianos" de Ontinyent (València).** Remitido informe favorable a la Secretaría de Estado del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo el 18 de abril de 2018.
- ▶ **"Fiestas Patronales en honor a San Antonio Abad" de Canals (València).** Remitido informe favorable a la Secretaría de Estado del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo el 7 de junio de 2018.

2.4. DECLARACIONES DE MUNICIPIO TURÍSTICO

Durante 2018 el número total de municipios que fueron declarados "municipio turístico", ha ascendido a siete mediante el decreto 18/2018 de 9 de marzo, del Consell, con el siguiente desglose por provincias:

- ▶ **Valencia:** Sollana, Yátova, Estivella
- ▶ **Castellón:** Benlloch, Cálíg, Sant Jordi
- ▶ **Alicante:** Crevillent

2.5. 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, abiertos a distintas fórmulas de colaboración público-privada con las diputaciones provinciales, entes locales y a las asociaciones empresariales del sector turístico.

Estos planes persiguen poner en valor los factores ambientales, económicos y socioculturales desde una perspectiva integral, así como lograr una mejor distribución de la actividad turística en el territorio valenciano, contribuyendo al reequilibrio entre los espacios litorales más dinámicos y aquellos de interior susceptibles de mayor desarrollo turístico.

Dichos planes se articulan a través de la firma de un convenio marco, (anteriormente protocolo general de colaboración), con un ámbito temporal de tres años, entre Turisme Comunitat Valenciana, las Diputaciones Provinciales, las Mancomunidades y las Asociaciones Empresariales Turísticas, y un posterior convenio de colaboración anual.

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

Durante 2018 han concluido los Planes de Competitividad Turística iniciados en 2016, han continuado los de Dinamización y Gobernanza Turística de 2017 y se han iniciado algunos nuevos, con la firma previa de sus correspondientes convenios marco, según el detalle que figura más abajo.

ALICANTE:

- ▶ Mancomunitat L'Alcoià i El Comtat
- ▶ Mancomunidad Intermunicipal Vall de Pop
- ▶ Asociación Intermunicipal Turística de la Vega Baja
- ▶ Asociación Vinalopó

- CASTELLÓN:**
- ▶ Mancomunidad Intermunicipal del Alto Palancia
 - ▶ Mancomunidad Espadán Mijares
 - ▶ Mancomunitat Comarcal Els Ports
 - ▶ Asociación Intermunicipal Catí, Culla, Benassal y Ares del Maestrat
 - ▶ Asociación Intermunicipal de Municipios del Penyagolosa

- VALENCIA:**
- ▶ Mancomunidad del Alto Turia
 - ▶ Mancomunitat de Municipis de la Vall d'Albaida
 - ▶ Consorcio La Ribera
 - ▶ Mancomunidad de Municipios de la Safor
 - ▶ Ayuntamiento de Sagunto
 - ▶ Mancomunidad de la Canal de Navarrés
 - ▶ Mancomunidad Hoya de Buñol-Chiva
 - ▶ Mancomunitat del Carraixet

Durante 2018 se han formalizado cuatro convenios marco y 11 convenios singulares, tal como se especifica a continuación:

Provincia de Alicante

CONVENIOS:

- ▶ Mancomunidad Intermunicipal Vall de Pop

Provincia de Castellón

CONVENIO MARCO

- ▶ Asociación Intermunicipal Municipios del Penyagolosa

CONVENIOS:

- ▶ Mancomunidad Intermunicipal Alto Palancia
- ▶ Mancomunidad Espadán Mijares
- ▶ Mancomunitat Comarcal Els Ports
- ▶ Asociación Intermunicipal Catí, Culla, Benassal y Ares del Maestrat

Provincia de Valencia

CONVENIOS MARCO:

- ▶ Mancomunitat del Carraixet
- ▶ Mancomunitat La Canal de Navarrés
- ▶ Mancomunidad de la Hoya de Buñol-Chiva

CONVENIOS:

- ▶ Mancomunidad del Alto Turia
- ▶ Mancomunitat de Municipis de la Vall d'Albaida
- ▶ Consorcio de la Ribera
- ▶ Ayuntamiento de Sagunto y Municipios del Camp de Morvedre
- ▶ Mancomunidad de Municipios de la Safor
- ▶ Mancomunitat del Carraixet

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

Provincia de Alicante

▶ MANCOMUNIDAD INTERMUNICIPAL VALL DE POP

Infraestructuras y equipamiento turísticos, principalmente referidas a la oficina de turismo de la mancomunidad y a la red de senderos y recursos turísticos del territorio.

Provincia de Castellón

▶ MANCOMUNIDAD INTERMUNICIPAL ALTO PALANCIA

Se han implementado al 100% los planes de interpretación y señalización turística, el de comunicación y posicionamiento de los productos turísticos, puesta en valor turístico de los principales eventos culturales y agroalimentarios de la mancomunidad.

▶ MANCOMUNIDAD ESPADÁN MIJARES

Campaña de comunicación y publicidad, equipamiento para ferias y eventos; creación de una ruta ciclista de montaña (BTT); ruta autoguiada QR; material promocional gráfico; constitución de un banco de imágenes; creación de la marca turística; portal Web turístico y estrategia de marketing on line.

► **MANCOMUNIDAD COMARCAL ELS PORTS**

Promoción y comercialización de la marca Els Ports; desarrollo del producto GR-331 Els Ports Camí de Conquesta mediante el diseño e impresión de materiales técnicos para promocionar el sendero; desarrollo de nuevas tecnologías que sirvan de apoyo y mejoren la experiencia turística de las visitas a los municipios de la mancomunidad.

► **ASOCIACIÓN INTERMUNICIPAL CATI, CULLA, BENASSAL Y ARES DEL MAESTRAT**

Campañas de publicidad, instalación de paneles y pantallas informativas, organización III MBT Alt Maestrat; organización de eventos turísticos del Alt Maestrat, musealización de edificios histórico-turísticos (Molí Sol de la Costa, la Cova del Castell, Forn de Dalt y Antic Hospital); acondicionamiento y señalización de rutas, senderos y recursos turísticos así como de instalaciones de interés turístico,

Provincia de Valencia

► **MANCOMUNIDAD ALTO TURIA**

Mejora de la red de senderos y rutas; Desarrollo de la marca y productos Alto Turia, así como comercialización y comunicación de la marca; elaboración de material divulgativo y promocional; formación, participación y realización de eventos promocionales.

► **CONSORCIO DE LA RIBERA**

Equipamiento turístico, destacando la señalización de rutas ciclo peatonales, recuperación y adecuación del patrimonio (Molí Monsalvà, Espai Algemesí); marketing y comercialización de la marca Ribera del Xuquer e implementación de la misma y creación de la imagen turística.

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

Acciones de comunicación y promoción turística: asistencia a ferias de turismo, campaña de marketing de la ruta Jaume I; creación de soportes de comunicación por productos: folleto mapa Vall d'Albaida traducido a inglés y francés. Aplicación nuevas tecnologías: integración del planificador turístico en la web turística de la Vall d'Albaida. Impulso al producto de turismo experiencial: asistencia técnica y acciones de formación a empresas.

► **SAGUNTO-CAMP DE MORVEDRE**

Creación de una Web de accesibilidad y la Web de la Film Office; diseño y creación de producto turístico Camp de Morvedre; plan de marketing para el desarrollo turístico y plan de comunicación para la realización de una campaña de difusión comarcal; redacción del proyecto para la creación de un centro de interpretación de la vía verde de Ojos Negros, acciones de innovación tecnológica con instalación de pantallas interactivas.

▶ **MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS DE LA SAFOR**

Señalética interpretativa del patrimonio comarcal; acondicionamiento de miradores y puntos de avistamiento de aves; tourist-info móvil; acciones en las redes sociales; edición de una guía gastronómica de la comarca; servicio integral para la creación de producto de turismo activo.

▶ **MANCOMUNIDAD DEL CARRAIXET**

Creación de un mapa de agentes turísticos de l’Horta; estudio de consultoría para el diseño y creación de productos turísticos, jornadas de descubrimiento de l’Horta; “Camins del Carraixet” para dinamizar y promover la red de caminos del Carraixet; acciones de innovación en la promoción con la instalación de tótems LED en los municipios de la mancomunidad; contratación de un servicio de comunicación integral del plan.

Con la anualidad de 2018, han concluido los siguientes Planes de Competitividad Turística:

CASTELLÓN

- ▶ Mancomunidad Intermunicipal Alto Palancia
- ▶ Mancomunidad Espadán Mijares
- ▶ Mancomunitat Comarcal Els Ports
- ▶ Asociación Intermunicipal Catí, Culla, Benassal y Ares del Maestrat

VALENCIA

- ▶ Mancomunidad del Alto Turia
- ▶ Mancomunitat de Municipis de la Vall d’Albaida

Los siguientes planes han finalizado su segunda anualidad:

VALENCIA

- ▶ Mancomunidad de la Safor
- ▶ Sagunt-Camp de Morvedre
- ▶ Consorcio de la Ribera
- ▶ Mancomunidad de la Vall de Pop

Han iniciado su primera anualidad los siguientes planes:

VALENCIA

- ▶ Mancomunidad del Carraixet

3. ACTIVIDADES EN MATERIA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA



3.1. ACCIONES DE AFIANZAMIENTO DE LA EXCELENCIA

La difusión de la cultura de la excelencia, de un comportamiento respetuoso y sensible con el medio ambiente y de uso y disfrute por todos los usuarios, se instrumentaliza a través del Programa Qualitur. Qualitur refuerza las líneas de actuación en materia de modernización empresarial y especialmente en la certificación de sistemas de gestión de la calidad, medio ambiente y accesibilidad.

Las actuaciones realizadas a lo largo de 2018 se concretan principalmente en los siguientes programas:

- ▶ Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos Comunitat Valenciana (SICTED CV).
- ▶ Programa Consolidación y promoción de Qualitur Club.
- ▶ Impulso a la normalización y certificación en el sector turístico.

■ 3.1.1. Consolidación del Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos Comunitat Valenciana - SICTED CV



El SICTED- Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos, metodología de la Secretaría de Estado de Turismo tiene como objetivo último homogeneizar e incrementar los niveles de calidad en la prestación de servicios turísticos dentro de un destino. El proyecto se basa principalmente en la buena gobernanza y en la colaboración interadministrativa (con participación de las tres administraciones: nacional, autonómica y local) y, con la colaboración público-privada.

La Comunitat Valenciana lanzó el SICTED en el año 2012, tras la firma el 25 de mayo de 2012 del primer convenio de colaboración entre Turisme Comunitat Valenciana y la Secretaría de Estado de Turismo, por el cual ésta última cedía la metodología para su implantación en la Comunitat Valenciana. El 20 de julio de 2016 se procedió a la firma de un nuevo convenio de las mismas características, dando continuidad al proyecto por el periodo 2016-2020.

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

Las actuaciones realizadas a lo largo de 2018 han ido dirigidas a:

- ▶ **Asistencia técnica a los servicios turísticos participantes:** mediante la firma del convenio de colaboración con el Consejo Cámaras de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Comunitat Valenciana, firmado el 23 de mayo, se ha facilitado formación, talleres de resolución de dudas, visitas de asesoramiento y se han realizado evaluaciones, todo ello con el objetivo de que los servicios turísticos puedan obtener el distintivo Compromiso Calidad Turística. En este marco se han ejecutado alrededor de 2.000 acciones durante el ejercicio 2018.
- ▶ **Apoyo a nuevas incorporaciones de destinos:** Turisme Comunitat Valenciana apoyó en 2018 la adhesión de nuevos destinos al proyecto. En este sentido se han mantenido reuniones bilaterales con aquellos destinos interesados de la Comunitat Valenciana para darles a conocer los pasos a seguir y asesorarles en la adhesión y el inicio de la implantación. Los destinos adheridos en 2018 son: Vinaròs, Altea, Biar y Oliva.



- ▶ **Vocalías en mesas de calidad.** Uno de los pilares de esta metodología en el destino turístico, es la mesa de calidad del destino, predidida por el enter gestor y con vocalías de las asociaciones más representativas de empresarios turísticos. Turisme Comunitat Valenciana, a través del servicio con competencias en calidad turística, tiene vocalía en cada una de las mesas de los 28 destinos SICTED CV, asistiendo a todas las reuniones que se celebran a lo largo del año. Entre sus funciones destaca la de velar por la buena implantación del proyecto, garantizando el cumplimiento de las exigencias de la metodología.

- ▶ **Actos de entrega de distintivos.** Con carácter anual se celebra en cada uno de los destinos SICTED un acto de reconocimiento por el cual se hace entrega del distintivo Calidad Turística a cada uno de los servicios que cumplen con los compromisos definidos. A efectos de reforzar la difusión en medios tanto del proyecto como de las empresas turísticas que hacen el esfuerzo por mejorar día a día, los altos cargos de Turismo de la Generalitat coordinan agendas y en colaboración con los destinos adheridos participan en cada uno de los actos.
- ▶ **Comité Interdestinos CV.** Con el objetivo de crear una red de gestores y generar sinergias entre los Destinos SICTED CV, desde el año 2016 y con carácter anual Turisme Comunitat Valenciana convoca un encuentro con los dinamizadores del proyecto para hacer un balance del proyecto, y consensuar nuevas iniciativas.

El 24 de abril de 2018 se celebró el III Comité interdestinos CV en el CDT de Gandia, donde se impartió una taller específico de dinamización de grupos de mejora.



- ▶ **Comité Intedestinos nacional:** Desde el año 2017 la Comunitat Valenciana tiene vocalia en el Comité Interdestinos nacional, órgano de gobierno del sistema, encargado de articular las actuaciones a llevar a cabo para la consecución de los objetivos marcados y de planificar la estrategia de crecimiento y evolución del SICTED. Así mismo, le corresponde la supervisión de la correcta implantación del modelo a todos los niveles y por parte de todos los agentes participantes.

En el 2018, Turisme Comunitat Valenciana ha asistido a las tres reuniones convocadas por la Secretaría de estado:

- ▶ 18 de enero
 - ▶ 27 de junio
 - ▶ 28 de noviembre
- ▶ **Revisión metodológica:** A mediados de 2017 la Secretaría de Estado de Turismo constituyó el Comité de Revisión Metodología (CRM), integrado por la Secretaría, la Federación Española de Municipios y Provincias, las comunidades autónomas con convenio de colaboración y algunos destinos de comunidades autónomas sin convenio. El CRM tiene como principal función la toma de decisiones estratégicas en la revisión metodológica del SICTED, estando por encima del Comité Interdestinos en la toma de decisiones relativas a la metodología. La Comunitat Valenciana participó hasta su disolución, a mediados de 2018, proponiendo modificaciones y mejoras y asistiendo a las dos reuniones que se realizaron a lo largo del año.
 - ▶ **Análisis de bajas:** A lo largo de 2018 se realizó un análisis del uso de la marca Compromiso Calidad Turística con un carácter garantista al objeto de velar por el buen uso de ésta, evitando que las bajas producidas no sigan exponiendo dicho galardón. Las conclusiones fueron que la mayoría de servicios turísticos distinguidos que han causado baja en el sistema no hacen uso de este distintivo, salvo contadas excepciones en caso de soportes digitales.
 - ▶ **IX edición de Premios SICTED:** En el marco de FITUR, la Secretaría de Estado de Turismo hace entrega anualmente de los Premios SICTED. En 2018 se entregaron en IFEMA los premios relativos a la trayectoria de 2017 en sus cuatro categorías "Mejor Destino", "Mejor Gestor", "Mejor Administración pública supramunicipal" y "Mejor proyecto de mejora". El Ayuntamiento de Peñíscola, segundo finalista del Premio al Mejor Proyecto Mejora SICTED 2017 por su proyecto Peñíscola Familiar.
 - ▶ **XV Foro SICTED:** encuentro anual organizado por la Secretaría de Estado de Turismo que constituía un punto de encuentro entre expertos y profesionales del sector, donde se exponían y debatían diferentes temáticas de interés para el sector turístico en general y, en particular, para los destinos que apostaban por la calidad como eje del desarrollo de sus estrategias competitivas. El último Foro se realizó en el año 2012. Turisme Comunitat Valenciana sugirió la necesidad de retomar dicho encuentro para entre otros, dar a conocer el cambio metodológico, y se postuló como sede para su celebración.

El XV Foro SICTED 2018 se celebró en el edificio Veles e Vents (Valencia), los días el 29 y 30 de noviembre de 2018, siendo un claro ejemplo de coordinación interadministrativa. Se inscribieron 151 personas, y contó con 117 asistentes, incluidos 66 representantes de destinos SICTED y comunidades autónomas, 29 expertos turísticos y ponentes y 5 autoridades. El evento fue además retransmitido en directo por streaming, con un total de 482 visualizaciones totales realizadas por 256 visitantes únicos.



Durante las dos jornadas se celebraron las sesiones de apertura y clausura institucionales, en las que intervinieron la Secretaría de Estado de Turismo, el Secretario Autonómico de Turismo de la Comunitat Valenciana, la Primer Teniente de Alcalde y Concejala de Turismo del Ayuntamiento de València, el Presidente de SEGITTUR y el Director General de Turisme Comunitat Valenciana.

Tuvieron lugar dos mesas redondas, una dedicada a analizar los efectos de la calidad en la competitividad y sostenibilidad turísticas, y otra dedicada a analizar el futuro de los sistemas de calidad turística.

Además, se contaron con diversas ponencias relacionadas con el desarrollo de los sistemas de calidad en diversas situaciones y contextos, y en relación a cuestiones como la accesibilidad y la inteligencia artificial aplicada al turismo.

Los talleres ahondaron en las novedades que ha representado el año 2018 para la metodología SICTED y su aplicación práctica en los destinos.

Se realizó una sesión de presentaciones rápidas en formato Pechakucha para exponer proyectos concretos. Esta sesión innovadora tuvo mucho éxito, y se prevé repetir y aumentar en futuras ediciones.

Los aspectos mejor valorados del evento por los asistentes fueron la sede seleccionada, la organización y planificación del foro, así como el interés de las ponencias expuestas.

Sinergias con programas autonómicos: En una fase consolidada de implantación del SICTED, el proyecto permite generar sinergias con otros proyectos de carácter autonómico. En 2018 destacan:

- ▶ **Programa Hospitalidad Turismo CV:** En 2017 Turisme Comunitat Valenciana adjudicó el Programa Hospitalidad Turismo CV para 2017-2018 con el objetivo de desarrollar actuaciones de sensibilización dirigidas a turistas y prestatarios de servicios, fomentando cómo ser buenos anfitriones, mejorando la imagen de la Comunitat Valenciana como destino turístico inclusivo. El programa de Hospitalidad Mediterránea se imbricó en la formación dirigida a los servicios turísticos de los destinos SICTED, impartándose en 2018 alrededor de 30 jornadas.
- ▶ **Plan estratégico de accesibilidad:** Aprovechando los contenidos formativos desarrollados en el marco del Plan estratégico de accesibilidad, se adaptaron éstos a las necesidades de la metodología SICTED para poder ser impartidos por personal de entidades camerales, tras haber realizado una formación previa.
- ▶ **Posicionamiento del proyecto:** Atendiendo a las cifras, la Comunitat Valenciana cerró el ejercicio 2018 con 28 destinos SICTED y 967 distinguidos, posicionándose a nivel nacional como el segundo destino español en número de distinguidos después de Andalucía, representando el 16,9% del total nacional y experimentando un crecimiento de 16.23% respecto al año anterior.

Atendiendo a los destinos adheridos al proyecto, el número se incrementó a 28 (representando el 14,7% respecto al número de destinos participando a nivel nacional), con la adhesión en 2018 de Altea, Biar, Oliva y Vinaròs. De esta forma la provincia de Alicante lidera el ranking de destinos adheridos, asecendiendo a 12, seguido de la provincia de Castellón (9 destinos) y València (7 destinos).

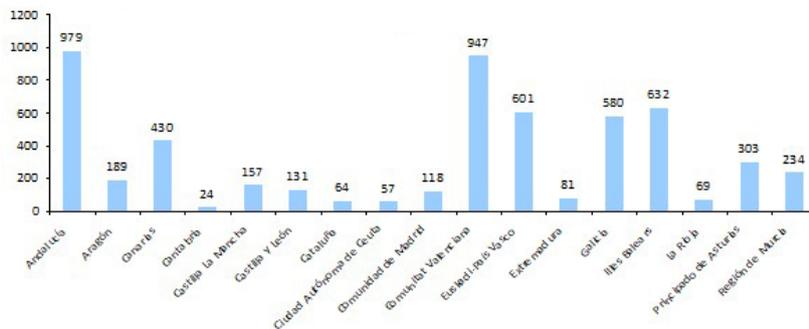
Respecto a la participación subsectorial y teniendo en cuenta que pueden participar hasta 35 subsectores turísticos diferentes, la Comunitat Valenciana destaca por la participación de hoteles, restaurantes y comercios, tendencia similar a la participación nacional.

Atendiendo al ranking nacional, la Comunitat Valenciana lidera la primera posición en 11 de los 35 oficios reconocidos: Artesanos, bares y cafeterías, campings, comercios, espacios escénicos permanentes, espacios naturales protegidos, parques de ocio, playas, puertos deportivos, seguridad ciudadana y talleres turísticos.

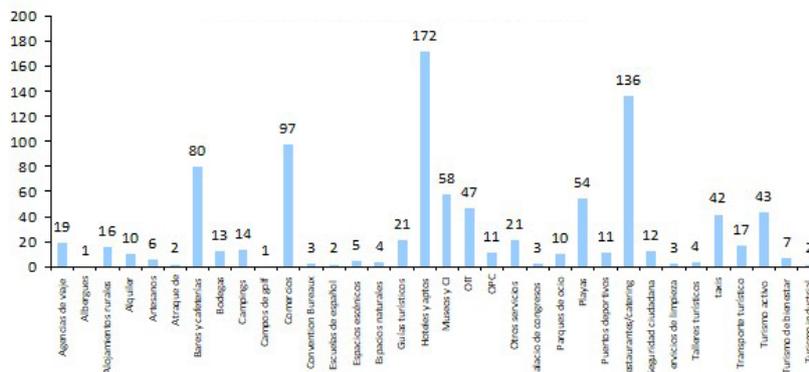
En 2018 la ciudad de València fue el primer destino en número de distinguidos en la Comunitat Valenciana, con 121 y representando el 12,7% del total autonómico, seguido de Gandia (111) y Alicante ciudad (76).

Concluyendo, el proyecto del SICTED en la Comunitat Valenciana se consolida manteniendo la tasa de crecimiento en número de distintivos aunque a un ritmo más moderado.

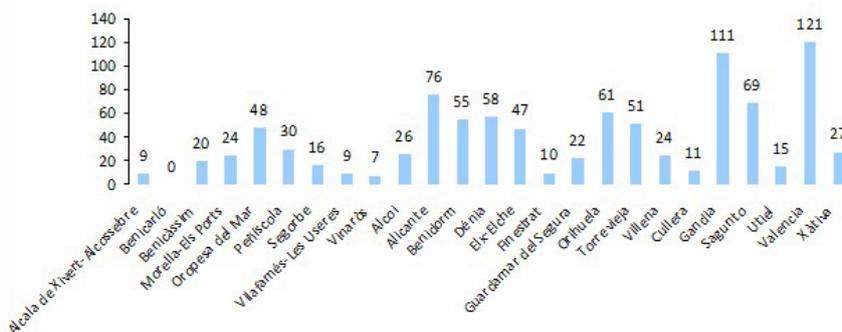
DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE DISTINGUIDOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS



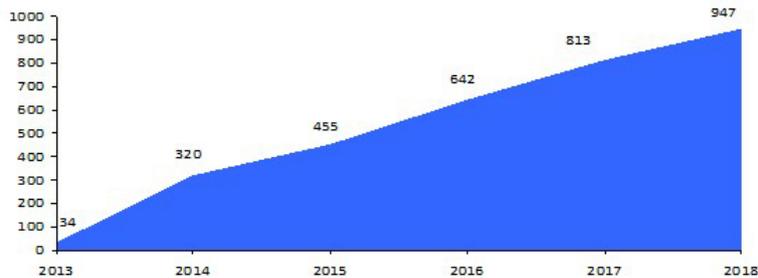
DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DEL NÚMERO DE DISTINGUIDOS



DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE DISTINGUIDOS POR DESTINO SICTED CV



EVOLUCIÓN ANUAL DE ENTIDADES DISTINGUIDAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA



3.1.2. Programa consolidación y promoción de Qualitur Club



Qualitur es el distintivo propiedad 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.

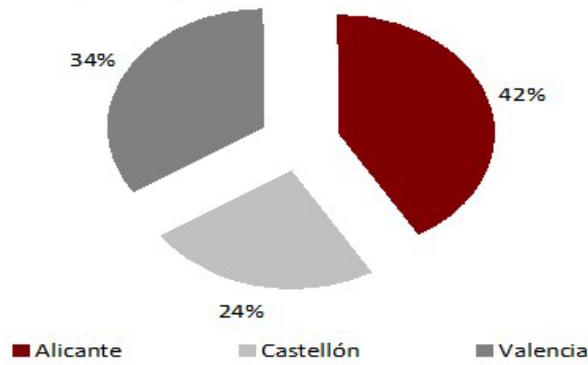
Al colectivo de empresas y entidades turísticas de la Comunitat Valenciana que disponen de algún certificado en vigor en gestión de calidad, gestión ambiental y/o accesibilidad, reconocido por Turisme Comunitat Valenciana, se le conoce por Qualitur Club. Turisme Comunitat Valenciana actualmente reconoce los siguientes modelos:

- ▶ En gestión de la calidad: Norma internacional ISO 9001 y normas asociadas a la marca Q Calidad Turística del ICTE.
- ▶ En gestión ambiental: Norma Internacional ISO 14001, Reglamento europeo EMAS, Marca Ecolabel y la marca Parcs Naturals (de carácter autonómico).
- ▶ En accesibilidad: norma nacional UNE 170001: 1/2 (criterios DALCO y sistema de gestión de la accesibilidad).

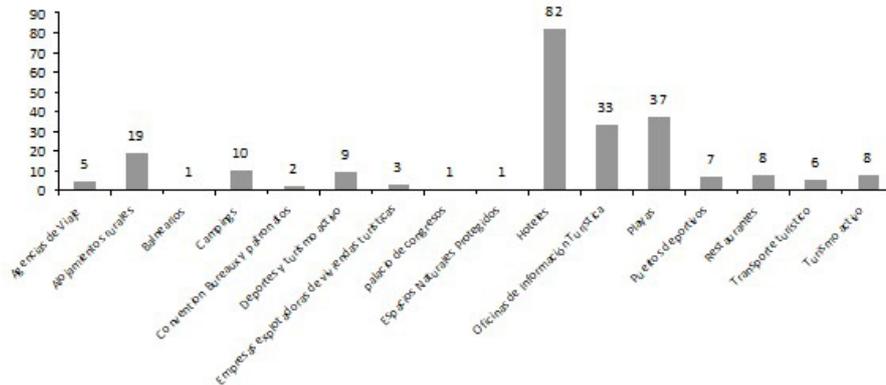
RESUMEN DE LOS MODELOS DE CERTIFICACIÓN RECONOCIDOS							
							
MODELO	Q Calidad Turística	ISO 9001	ISO 14001	EMAS	ECOLABEL	PARCS NATURALS	UNE 170001/2
MATERIA	Gestión de la Calidad		Gestión Ambiental				Accesibilidad
AMBITO	Nacional	Internacional		Europeo		Autonómico	Nacional
ALCANCE	Sectorial	Intersectorial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

En 2018 Qualitur Club estaba integrado por 232 servicios turísticos que aglutinaban un total de 366 certificados en la Comunitat Valenciana. La provincia de Alicante tiene un total de 96 servicios certificados, representando el 42% del total de la Comunitat Valenciana, seguida de la provincia de València (que representa el 34% con 80) y por último de la provincia de Castellón (representa el 24% con 56 certificados).

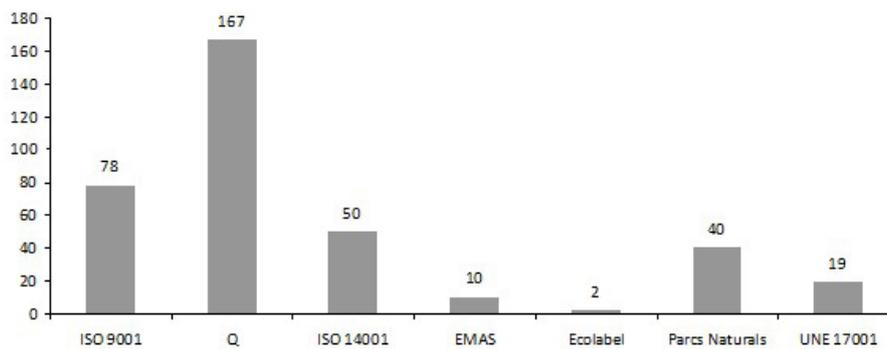
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL PROVINCIAL DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS CERTIFICADOS



DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL PROVINCIAL DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS CERTIFICADOS

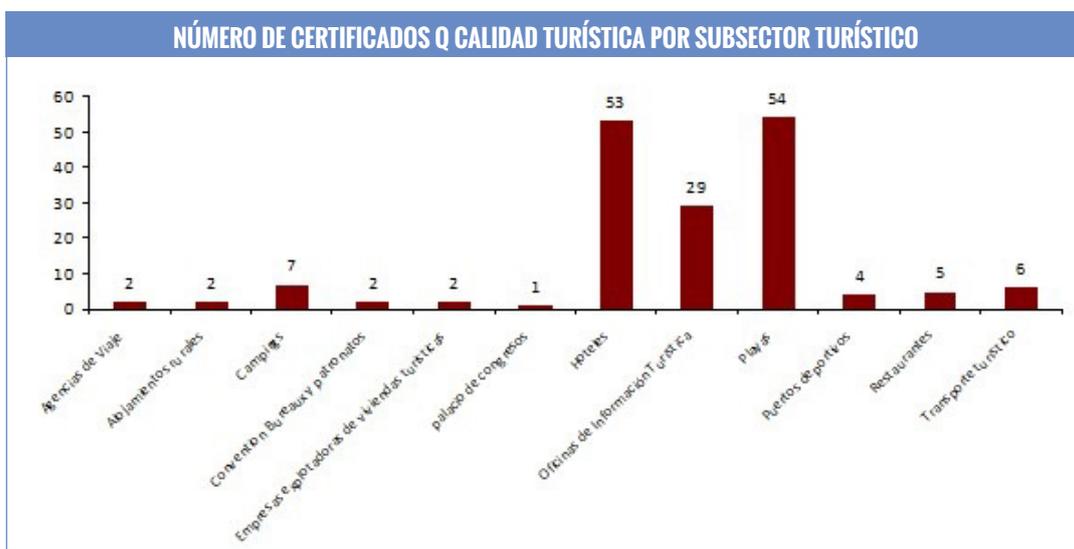


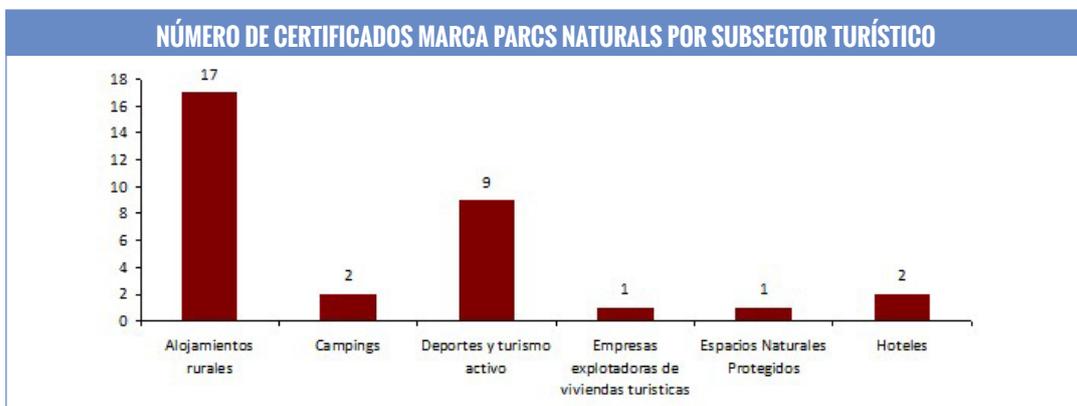
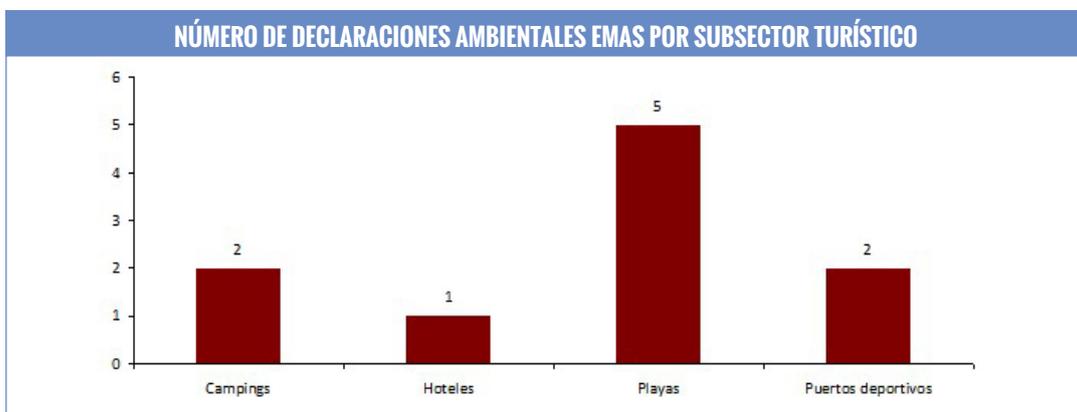
DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE CERTIFICADOS POR MODELO



Por subsectores turísticos, son los hoteles y apartamentos turísticos los que más apuestan por modelos de excelencia, representando el 35,34 % de los servicios certificados, seguido de las playas (15,94%) y oficinas de información turística (14,22%).

Respecto a la materia del certificado, se mantiene la tendencia de elegir por modelos de calidad, frente a los relativos a medio ambiente, experimentando un muy leve crecimiento los certificados en accesibilidad. Tal y como muestra el gráfico, el 66,9% de los certificados son específicos en gestión de la calidad, es decir, basados en la norma internacional ISO 9001 o en las normas asociadas a la Q Calidad Turística que otorga el ICTE; un 27,8% de los certificados son relativos a modelos en gestión ambiental (conforme a la ISO 14001, Reglamento europeo EMAS, Ecolabel y/o la marca autonómica Parcs Naturals) y en un 5,19% certificados en accesibilidad.





Tal y como muestra el gráfico, la Q de Calidad Turística es la marca más extendida en el territorio de la Comunitat Valenciana, representando el 45,6%, seguida de la norma internacional ISO 9001 (21,31%). En gestión ambiental destaca la apuesta por la norma internacional ISO 14001 –que representa 13,6 % del total de certificados y el 49% sobre el total de certificados en materia medioambiental– y los certificados en accesibilidad mantienen una tendencia moderada creciente.

Siendo los hoteles el sector que más apuesta por las certificaciones, no es de extrañar que sea líder en el modelo basado en la norma ISO 9001, seguido del sector de playas.

Respecto al certificado Q de Calidad otorgado por el ICTE, es el sector de playas el que ostenta el liderazgo, representando el 32% del total de galardones de esta modalidad. Por otra parte, se evidencia la mayor heterogeneidad de sectores participantes.

Los dos modelos de referencia históricamente relativos a medio ambiente, la norma ISO 14001 y el EMAS también es liderado por el sector de playas, debido principalmente al impacto que tiene sus estándares sobre uno de los principales recursos de nuestro modelo turístico por antonomasia y sobre todo a la línea de incentivos de Turisme Comunitat Valenciana dirigidas a entidades locales.

La marca autonómica Parcs Naturals, sigue siendo la preferida en servicios turísticos del interior. Como muestra el gráfico los alojamientos rurales son los que encabezan el ranking, seguidos de las empresas de turismo activo.

Convenio Turisme Comunitat Valenciana e Instituto de Calidad Turístico Español:

En una apuesta por dar a conocer la calidad de la oferta cultural de los museos como elemento de competitividad turística, Turisme CV y el ICTE firmaron un convenio de colaboración en 2018 con la finalidad de pilotar en la CV la futura norma de calidad turística en museos.

Fruto de dicho convenio y tras tres jornadas provinciales para darlo a conocer a las entidades más representativas del turismo cultural, 26 museos recibieron el asesoramiento necesario para conocer el grado de cumplimiento respecto a la norma de calidad turística UNE 302002, norma nacional de calidad turística de aplicación en museos y colecciones museísticas.

El proyecto consistió en realizar dos visitas de asistencia técnica a cada uno de los museos participantes con el objetivo de verificar, entre otras cualidades, la planificación de la actividad, la accesibilidad, la información y atención al visitante, así como la gestión de la seguridad en señalética, espacios expositivos, aparcamiento, etc.

Tras la finalización del proyecto, dos museos de la Comunitat Valenciana (el Marq de Alicante y el Museo Visigodo de Ribarroja), obtuvieron la certificación Q de Calidad Turística, siendo los dos primeros museos de España en alcanzar este distintivo.

En lo que corresponde a **actos de reconocimiento**, cabe citar la "Noche Q": El 18 de enero se asistió a la Noche Q, acto organizado por el ICTE, el cual convoca a representantes institucionales, empresas y entidades turísticas que en 2017 obtuvieron o renovaron el certificado "Q" Calidad Turística. El acto fue presidido por la Secretaria de Estado de Turismo y el presidente del ICTE. De la Comunitat Valenciana se convocó a 39 empresas y entidades turísticas.

Entrega de Banderas Qualitur: El 4 de junio de 2018 se realizó en el Club Náutico de La Vila Joiosa el acto de entrega e izada de la Bandera Qualitur, que se otorga a las playas de la Comunitat que ostentan este reconocimiento por disponer de algún certificado. A dicho acto, se convocaron a 35 entidades locales, representantes de 172 playas certificadas.



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

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

Los Comités Técnicos de Normalización son los responsables de la elaboración y revisión de las normas turísticas nacionales en calidad, estando presididos por AENOR. Turisme Comunitat Valenciana participó en 2018 en las actuaciones que se realizaron relativas a los Comité de normalización en los que tiene vocalía, a saber:

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

Los Comités Técnicos de Certificación, liderados por el ICTE, son los órganos en los que se estudian, debaten y si procede aprueban los expedientes de la oferta turística para la obtención de la "Q" Calidad Turística.

Turisme Comunitat Valenciana participó en el 2018 en 6 Comités técnicos de certificación de hoteles y apartamento turísticos y en 4 Comités técnicos de certificación de Playas, llegando a valorar más de 600 expedientes.

3.2. DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

► Impulso al turismo sostenible desde la Comisión Interdepartamental de Turismo de la Comunitat Valenciana:

La Comisión Interdepartamental de Turismo de la Comunitat Valenciana es el órgano colegiado de coordinación e impulso en materia de política turística según establece el Decreto 161/2015, de 25 de septiembre, del Consell, que modifica el Decreto 99/2009, de 17 de julio, por el que se crea y regula esta Comisión.

El 28 de marzo se celebró la sesión de aprobación del programa de trabajo 2018, con un total de 85 nuevas actuaciones interconsellerias, coordinándose desde Turisme Comunitat Valenciana, de las cuales 53 estaban dirigidas al turismo sostenible y responsable, y 32 a promover el turismo inclusivo e integral.



3.3. PROGRAMAS DE AYUDAS

■ 3.3.1. Ayudas dirigidas a Entidades Locales de la Comunitat Valenciana

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

Para contribuir a alcanzar estos objetivos y en colaboración con las entidades locales de la Comunitat Valenciana, en 2018 se pusieron en marcha dos programas de apoyo a entidades locales tendentes a potenciar la colaboración con estas entidades desde la perspectiva del fomento de la cooperación interadministrativa, la mejora de la competitividad del sector y la contribución al desarrollo sostenible y responsable de la actividad turística en el territorio.

Esta línea de ayudas de Turisme Comunitat Valenciana para 2018 se canalizó a través de convocatoria pública para garantizar la concurrencia competitiva entre todos los solicitantes (Resolución de 14 de diciembre de 2017) y tuvieron como beneficiarios a ayuntamientos de la Comunitat Valenciana, mancomunidades, organismos autónomos y entes públicos dependientes de ellos, estructurándose en los siguientes programas y subprogramas:

PROGRAMA 1:

Inversión en adecuación y mejora de los servicios y recursos turísticos.

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

1. Inversión en equipamiento y adecuación de espacios de uso turístico del litoral o del interior.
2. Creación de productos turísticos entendiéndose por tal actuación la de poner en valor turístico un recurso que, en su estado actual, no sea susceptible de uso por la demanda turística.
3. Interpretación turística de los recursos mediante la instalación "in situ" de elementos interpretativos.
4. Señalización indicativa y/o direccional de los recursos turísticos del municipio.
5. Mejora de la accesibilidad a los recursos turísticos mediante la eliminación de barreras.
6. Actuaciones que comporten una mejora en el núcleo urbano, así como la recuperación de espacios públicos de las poblaciones y su entorno.
7. Habilitación o adecuación de espacios disuasivos de estacionamiento.
8. Compra de maquinaria para la limpieza de las playas.
9. Inversión en oficinas de información turística de municipios adheridos a la red Tourist Info.

PROGRAMA 2:

Competitividad y desestacionalización de los destinos turísticos

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

Subprograma 2.1.

Certificación de sistemas en recursos y servicios turísticos

Las actuaciones contempladas como ayuda son las relativas a gastos que correspondan a la obtención de un certificado, su mantenimiento y/o renovación, en las playas y/o oficinas de información de la Red Tourist Info de la Comunitat Valenciana; asimismo se contemplan como coste subvencionable la edición de material de promoción de la excelencia del recurso o servicio entre la demanda turística que fomente la desestacionalización.

Subprograma 2.2.

Impulso a la imagen de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana

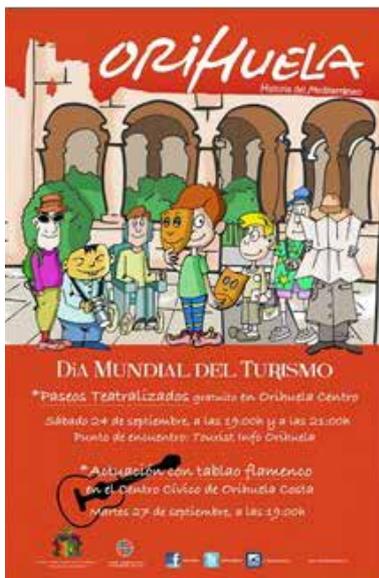
En este subprograma las actuaciones subvencionables son las relativas a gastos de Campañas de publicidad en medios de comunicación, otros soportes de difusión y gastos de organización, de las fiestas declaradas de Interés Turístico Internacional, Nacional y Autonómico, así como la promoción y difusión de eventos, que se celebren durante 2018 en la Comunitat Valenciana, mercado nacional o en mercados internacionales, vinculados a productos turísticos de tipo cultural, patrimonial, rural, de naturaleza, gastronómico, deportivo, turismo activo, de salud, bienestar y ocio que constituyan un vehículo a la promoción.

Subprograma 2.3.

Apoyo a la prestación de servicios turísticos en los municipios

Este subprograma contempló como gastos subvencionables los servicios propios de los informadores turísticos, de los guías en visitas a los recursos, de la prestación de servicios al turista en recursos culturales, gastos derivados de la seguridad y vigilancia en playas del litoral y de interior (servicios de socorrismo y salvamento), gastos derivados de la atención y vigilancia de espacios naturales y áreas recreativas.

Algunos ejemplos:





A la convocatoria de ayudas dirigidas a entidades locales 2018 se presentaron un total de 573 proyectos de ayuntamientos y patronatos municipales de la Comunitat Valenciana con la siguiente distribución por programas:

En cifras

	Programa 1	Subpr. 2.1	Subpr. 2.2	Subpr. 2.3	TOTAL
Evaluados conforme al objeto de la convocatoria FAVORABLES	251	32	103	106	492
Evaluados conforme al objeto de la convocatoria DESFAVORABLES	10	2	32	3	47
Desistimientos expresos y tácitos	21	1	7	5	34
Inadmisiones	0	0	0	0	0
TOTAL SOLICITUDES PRESENTADAS	282	35	142	114	573

De las 573 solicitudes presentadas han resultado favorables un total de 492 lo que supone el 85,86%. Es decir, dos de cada tres solicitudes presentadas en 2018 fueron favorables y se les concedió ayuda para la realización del proyecto.

El porcentaje de la ayuda en cada programa fue el siguiente:

PROGRAMA 1:

Inversión en adecuación y mejora de los servicios y recursos turísticos:

- ▶ En municipios de hasta 1.000 habitantes: 65% del coste subvencionable.
- ▶ En municipios entre 1.001 y 5.000 habitantes: 60% del coste subvencionable.
- ▶ En municipios entre 5.001 y 20.000 habitantes: 55% del coste subvencionable.
- ▶ En municipios de más de 20.000 habitantes: 45% del coste subvencionable.

PROGRAMA 2:

Competitividad de los destinos turísticos, se concedió para cada uno de los tres subprogramas los porcentajes que se indican.

- ▶ En municipios de hasta 1.000 habitantes: 70% del coste subvencionable.
- ▶ En municipios entre 1.001 y 5.000 habitantes: 65% del coste subvencionable.
- ▶ En municipios entre 5.001 y 20.000 habitantes: 60% del coste subvencionable.
- ▶ En municipios de más de 20.000 habitantes: 50% del coste subvencionable.

En cuanto a la distribución provincial del número de proyectos apoyados, esta fue la siguiente:

PROGRAMA 1	Nº proyectos favorables
Provincia de Alicante	21
Provincia de Castellón	45
Provincia de Valencia	56
TOTAL	122

PROGRAMA 2	Nº proyectos favorables
Provincia de Alicante	58
Provincia de Castellón	58
Provincia de Valencia	126
TOTAL	242

TOTAL PROGRAMAS 1+2	Nº proyectos favorables
Provincia de Alicante	79
Provincia de Castellón	103
Provincia de Valencia	182
TOTAL	364

(*) la diferencia entre los 492 evaluados conformes y los 364 proyectos resueltos favorables está en los proyectos que quedaron denegados por falta de consignación presupuestaria.

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

Como se ha puesto de manifiesto, el turismo se constituye en un sector estratégico para el desarrollo económico de la Comunitat Valenciana, por su aportación al PIB y al empleo. Para potenciarlo es necesario generar las condiciones adecuadas para que las empresas sean cada vez más competitivas, favoreciendo al mismo tiempo la mejora del posicionamiento de la Comunitat como destino. Es por eso que, desde la Generalitat, a través de Turisme Comunitat Valenciana, se incentivó el desarrollo de proyectos tendentes a mejorar la competitividad de los servicios y productos turísticos y a contribuir al desarrollo sostenible y responsable de la actividad turística en el territorio, contribuyendo asimismo a la creación de producto turístico singular y al posicionamiento de nuestro destino en los mercados internacionales.

Con esta finalidad en 2018 se pusieron en marcha tres programas de apoyo dirigidos a:

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

Estas ayudas de Turisme Comunitat Valenciana para 2018 se canalizaron a través de convocatoria pública para garantizar la concurrencia competitiva entre todos los solicitantes (Resolución de 20 de diciembre de 2017), tomando en consideración estrategias regionales como la Estrategia de Especialización Inteligente para la Investigación e Innovación de la Comunitat Valenciana (RIS3 CV) y priorizando en su enfoque los ejes identificados en el Libro Blanco para una nueva Estrategia Turística de la Comunitat Valenciana.

Cada programa incluye las actuaciones a incentivar, destacando el impulso a aquellas que contribuyesen a la adecuación de la oferta turística a los nuevos requerimientos de la demanda mediante la adecuación de las instalaciones, la racionalización de recursos naturales, el fomento del turismo inclusivo y el posicionamiento de nuestros destinos y productos por medio de actuaciones de difusión, promoción y comercialización.

PROGRAMA 1:

Fomento de la competitividad empresarial

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

El Impulso al turismo sostenible y responsable, mediante:

- A.** Inversiones dirigidas a la racionalización del consumo de recursos naturales y a la minimización de los impactos ambientales generados por los establecimientos turísticos valencianos sobre su entorno, tales como:
 - ▶ Inversiones destinadas a la mejora de la eficiencia energética e hídrica de los establecimientos turísticos: racionalización en consumos de agua, aire acondicionado, sistemas de control digital de temperatura y humedad.
 - ▶ Inversiones destinadas a la reducción del impacto de la actividad turística sobre el entorno: las encaminadas a la reducción de contaminación acústica, lumínica y atmosférica; emisión de humos y eliminación de residuos, sistemas de desinfección complementaria de las conducciones de agua de los establecimientos turísticos.
- B.** Inversiones en infraestructuras y equipamiento orientadas a la consecución de un modelo eco-turístico sostenible.

El Impulso del turismo accesible e inclusivo, mediante:

- A.** Actuaciones que facilitasen la accesibilidad y uso de los establecimientos turísticos, instalaciones y otros medios a través de los cuales se presta el servicio, y que tendiesen a la igualdad de todas las personas con discapacidad física, visual, auditiva, intelectual y orgánica de los clientes, fueren cuales fueren sus necesidades, mediante la incorporación de tecnologías dirigidas a atender sus necesidades.
- B.** Inversiones en obras o sistemas que facilitasen la accesibilidad a personas con discapacidad por encima de los requisitos establecidos como obligatorios en la legislación.

El Impulso de la innovación empresarial, mediante:

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

La configuración de servicios turísticos innovadores basados en aplicaciones tecnológicas o en modelos de gestión turística inteligentes, mediante:

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

PROGRAMA 2:

Apoyo a actividades deportivas y culturales de impacto turístico internacional

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

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

Algunos ejemplos:



PROGRAMA 3:**Impulso al marketing de producto turístico de la Comunitat Valenciana**

Este programa, se orientó a incentivar el desarrollo de proyectos que contribuyesen a introducir en el mercado nuevos productos turísticos de carácter desestacionalizador y base experiencial para diversificar la oferta, su promoción y comercialización. Estas acciones debían suponer una diferenciación y/o diversificación de la oferta de la Comunitat Valenciana que favoreciese la desestacionalización, sostenibilidad y vertebración de la actividad turística. Las actividades subvencionables debían tener por objeto el posicionamiento, la promoción, distribución o comercialización de productos turísticos especializados, segmentados y de base experiencial:

- A.** Campañas de publicidad en medios de comunicación on y offline.
- B.** Creación de soportes o canales de difusión multiidioma.
- C.** Gastos de participación en ferias o acciones promocionales promocionales y misiones comerciales.
- D.** Gastos derivados de la contratación de asistencia técnica externa para impulsar el posicionamiento, la promoción y comercialización de productos turísticos de la Comunitat Valenciana.

En cifras

A la convocatoria de ayudas para la anualidad 2018 dirigidas a empresas, federaciones, fundaciones y asociaciones se presentaron un total de 401 proyectos con la siguiente distribución por programas:

	Programa 1	Programa 2	Programa 3	TOTAL
Evaluados conforme al objeto de la convocatoria FAVORABLES	56	30	125	211
Evaluados conforme al objeto de la convocatoria DESFAVORABLES	50	10	7	67
Desistimientos expresos y tácitos	45	14	59	118
Inadmisiones	0	0	5	5
TOTAL SOLICITUDES PRESENTADAS	151	54	196	401

El **porcentaje de la ayuda** en cada programa fue el siguiente:

- ▶ **Programa 1:** Fomento de la competitividad empresarial:
45% del coste subvencionable.
- ▶ **Programa 2:** Apoyo a actividades deportivas y culturales de impacto turístico internacional:
30% del coste subvencionable.
- ▶ **Programa 3:** Impulso al marketing de producto turístico de la Comunitat Valenciana.
65% del coste subvencionable.

La distribución por programas de las ayudas concedidas fue el la siguiente:

PROGRAMA 1	Nº proyectos favorables
Provincia de Alicante	23
Provincia de Castellón	20
Provincia de Valencia	13
TOTAL	56

PROGRAMA 2	Nº proyectos favorables
Provincia de Alicante	9
Provincia de Castellón	8
Provincia de Valencia	13
TOTAL	30

PROGRAMA 3	Nº proyectos favorables
Provincia de Alicante	12
Provincia de Castellón	12
Provincia de Valencia	31
TOTAL	55

TOTAL PROGRAMAS 1+2+3	Nº proyectos favorables
Provincia de Alicante	44
Provincia de Castellón	40
Provincia de Valencia	57
TOTAL	141

(*) la diferencia entre los 211 evaluados conformes y los 141 proyectos resueltos favorables está en los proyectos que quedaron denegados por falta de consignación presupuestaria.

■ 3.3.3. Ayudas dirigidas a la realización de campañas de sensibilización contra el intrusismo y el fraude en la oferta de alojamiento turístico

Este programa tenía como beneficiarios a las asociaciones y empresas.

El tipo de actuaciones contempladas en el programa eran:

- A. Campañas de publicidad en medios de comunicación on y off-line.
- B. Publicidad a través de otros soportes de difusión.

Orientadas a difusión alguno o algunos de los siguientes valores/mensajes con el objetivo de favorecer el posicionamiento e imagen de la marca destino Comunitat Valenciana:

- ▶ Destino mediterráneo, abierto, inclusivo y acogedor.
- ▶ Destino hospitalario, cercano, receptivo con el visitante.
- ▶ Oferta turística de calidad
- ▶ Servicios turísticos profesionales y dirigidos a satisfacer y fidelizar al turista.
- ▶ Territorio comprometido con los principios del Código Ético Mundial del Turismo: desarrollo sostenible y responsable, cordialidad, respeto, inclusión....

A la convocatoria de ayudas para la anualidad 2018 se presentaron un total de tres proyectos de asociaciones de empresarios y consumidores que fueron resueltas favorablemente.

■ 3.3.4. Ayudas contra la temporalidad y precariedad laboral en el sector turístico y para detección y tratamiento de enfermedades laborales de las camareras de piso

Este línea de ayudas programa tenía como beneficiarios a sindicatos, asociaciones y organizaciones de trabajadores del sector turístico.

Las ayudas se canalizaban a través de dos programas:

PROGRAMA 1:

Lucha contra la temporalidad y precariedad laboral en el sector turístico

Este programa tenía por objeto la realización de campañas de sensibilización, concienciación y apoyo a la inspección y lucha contra la temporalidad y la precariedad laboral en el sector turístico de la Comunitat Valenciana.

El tipo de actuaciones contempladas en el programa eran:

- A.** Campañas de publicidad en medios de comunicación on y off-line.
- B.** Publicidad a través de otros soportes de difusión.

PROGRAMA 2:

Detección y tratamiento de enfermedades laborales de las camareras de pisos

Este programa tenía por objeto la realización de campañas de sensibilización, concienciación y apoyo al colectivo de las camareras de piso para la detección temprana y el tratamiento de las enfermedades y riesgos derivados de su actividad laboral.

Asimismo, el programa contemplaba la realización de acciones formativas y de difusión de buenas prácticas en la prevención de riesgos laborales asociados a esta actividad profesional, todo ello en el marco del estudio de situación que está realizando el Instituto Valenciano de Seguridad y Salud en el Trabajo, Invassat, sobre la materia.

El tipo de actuaciones contempladas en el programa eran:

- A.** Campañas de publicidad en medios de comunicación on y off-line.
- B.** Publicidad a través de otros soportes de difusión.
- C.** Formación y aplicación de buenas prácticas en prevención de riesgos laborales orientada a prevenir patologías asociadas a esta actividad profesional.

A la convocatoria de ayudas para la anualidad 2018 se presentaron un total de cinco proyectos, siendo resueltos favorables cuatro de ellos.

	Programa 1: LUCHA CONTRA LA TEMPORALIDAD Y PRECARIEDAD LABORAL EN EL SECTOR TURÍSTICO	Programa 2: DETECCIÓN Y TRATAMIENTO DE ENFERMEDADES LABORALES DE LAS CAMARERAS DE PISOS
Evaluados FAVORABLES conforme al objeto de la convocatoria	2	2
Solicitudes DESFAVORABLES	1	0
TOTAL SOLICITUDES PRESENTADAS	3	2

3.4. GENERACIÓN Y DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA: ESTADÍSTIQUES DE TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA

La Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana contempla el análisis estadístico en el libro II, dedicado a la competitividad turística, como una acción de impulso y como instrumento de fomento del conocimiento turístico.

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

La información difundida es fruto de la colaboración de Turisme Comunitat Valenciana con los responsables de las estadísticas oficiales de turismo: Instituto Nacional de Estadística y Turesspaña, la Direcció General d'Economia, agentes turísticos de la Comunitat Valenciana, así como de fuentes y estudios propios.

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

En 2018, se han realizado un total de 149 publicaciones, superando la cifra de 2017. Como novedad, dado que las nuevas encuestas a la demanda del INE, Frontur-Egatur y Familitur, proporcionan información comparable sobre el motivo principal de la visita para turistas residentes y no residentes, se han incorporado tres informes de producto ("sol y playa", "turismo deportivo" y "negocios y otros motivos profesionales") en los que se analizan de forma conjunta. Así mismo, se ha aumentado la frecuencia de actualización de la coyuntura de los principales mercados emisores.



ESTADÍSTICAS DE TURISMO EN CIFRAS		
	2017	2018
Visitas	9.440	10.864
Publicaciones 2017: 135 2018: 149	99 informes de coyuntura	87 informes coyuntura
	4 balances	4 balances
	5 anuarios	4 anuarios
	17 informes de mercado (10 nacionales)	41 informes mercado (9 nacionales)
	0 informes de producto	3 informes producto
	10 otros informes	10 otros informes

Elaboración propia a partir de Google Analytics



■ 3.4.1. Programa Estadístico

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

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

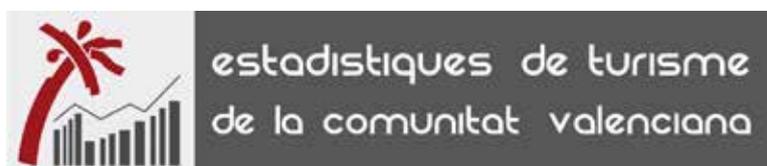
A. Fuentes Propias

- ▶ Análisis de la evolución de la temporada turística verano 2018, 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 telefónica a una muestra de la oferta, por tipologías y zonas turísticas y, en su caso, con la participación de asociaciones del sector.
- ▶ Análisis de la demanda de la Red Tourist-Info 2018, en colaboración con el Servicio de Producto y Territorio. Desde el Servicio de Planificación y Estrategia Turística se ha realizado el informe general de resultados de la encuesta de verano, a partir de la explotación de los cuestionarios cumplimentados por los usuarios de la Red en las mismas oficinas (7.261 cuestionarios de 121 oficinas participantes en 2018).
- ▶ Actualización de información sobre la oferta turística de la Comunitat a 31 de diciembre de 2017, 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 2018 han sido:

- ▶ Convenio de Colaboración entre el Instituto Nacional de Estadística (INE), la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo de la Generalitat y Turisme Comunitat Valenciana, de 30 de diciembre de 2015, en materia de estadísticas de turismo, con el propósito de establecer los compromisos de coordinación técnica y apoyo metodológico para la ampliación de la muestra de las operaciones estadísticas FRONTUR Y EGATUR en la Comunitat Valenciana, para disponer de tamaños muestrales suficientes que permitan desagregar las estadísticas por provincias, así como, para Benidorm y la ciudad de València (vigencia: 4 años -2019- pudiéndose prorrogar anualmente por acuerdo expreso de las partes). Con fecha 20 de noviembre de 2018 se reunió la Comisión de Seguimiento, en la que se confirma el interés de la colaboración desarrollada.
- ▶ Colaboración con el Instituto de Turismo de España en materia de análisis turístico. Fruto de esta colaboración son los informes mensuales realizados para la Comunitat Valenciana sobre "Compañías aéreas de bajo coste (CBC)" y "Empleo turístico", en correspondencia con los informes de carácter nacional. Turisme Comunitat Valenciana participa en el grupo de trabajo de estadísticas de la Comisión Sectorial de Turismo, cuyas reuniones se reanudaron en octubre de 2018.



B.1. Colaboración con el INE

En 2018 se han renovado las diferentes peticiones de información continua al INE, trabajando mensualmente el siguiente tipo de información:

- ▶ Indicadores de la encuesta de ocupación hotelera:
 - Variables de demanda, según el país de origen para el ámbito provincial.
 - Indicadores de oferta por zonas y puntos turísticos.
 - Indicadores de rentabilidad hotelera (ADR y Revpar) por provincias y destinos Benidorm y València ciudad.

- ▶ Indicadores de la encuesta de ocupación extrahotelera: Desagregación mensual de los datos de demanda (viajeros y pernoctaciones), según el país de origen para el ámbito provincial en las modalidades de campings y apartamentos turísticos.

Asimismo, en el año 2018, en el marco del convenio de colaboración citado en el apartado B, Turisme Comunitat Valenciana ha tramitado la licitación de un nuevo contrato de ampliación de muestra de la operación Frontur-Egatur del INE, en los aeropuertos de Alicante-Elche y València.

También se han abordado las limitaciones de la actual encuesta a apartamentos turísticos que realiza el INE, para analizar la demanda en alojamiento de alquiler pues, en el caso de la Comunitat Valenciana, esta encuesta se dirige exclusivamente a las empresas gestoras, mientras que en los últimos años se observa un incremento de viviendas gestionadas directamente por sus titulares a través de plataformas online.

Finalmente, hay que señalar que, en 2018, se ha continuado trabajando en la sistematización del proceso de tratamiento de los nuevos ficheros de microdatos para el análisis de resultados en el ámbito de la Comunitat Valenciana, tarea que se realiza por el propio Servicio.

B.2. Colaboración con la Dirección General de Economía

Esta colaboración se articula a través del Servicio de Estadísticas Económicas, Demográficas y Sociales:

- ▶ Explotación de la EPA para el sector turístico por provincias.
- ▶ Recepción mensual de una parte de los directorios de las encuestas de ocupación en alojamientos turísticos del INE, con información sobre plazas ofertadas y periodo de apertura.
- ▶ La Conselleria de Economia participa, junto con la Turisme Comunitat Valenciana, en el Convenio con el INE en materia de estadísticas de turismo.
- ▶ Asistencia a reuniones de la Comisión de Estadística de Presidencia, en relación con la elaboración de la propuesta de Plan Sectorial Estadístico de Presidencia y la tramitación del Plan Valenciano de Estadística (PVE), en este sentido, el anuario "El Turismo en la Comunitat Valenciana", formará parte del nuevo plan estadístico de la Comunitat Valenciana (2019-2022) en trámite.

B.3. Colaboración con el sector turístico

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

C. Otras fuentes

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

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

■ 3.4.2. Operaciones en el marco del Plan Valenciano de Estadística

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

- ▶ La Oferta Turística Municipal y Comarcal (Explotación del Registro de Turismo).
- ▶ La Encuesta Turística (desagregación por zonas turísticas de la evolución de establecimientos hoteleros en base a la encuesta del INE).
- ▶ Los Indicadores de Demanda del Sector Turístico (desagregación para la Comunitat Valenciana, provincias y destinos Benidorm y València ciudad, de los turistas en todo tipo de alojamiento).

EL TURISMO EN LA COMUNITAT VALENCIANA 2018



EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.
ALOJAMIENTOS RURALES COMUNITAT VALENCIANA



www.turisme.gva.es

■ 3.4.3. Sistema de Información Turística de la Comunitat Valenciana (TURPENTAHO)

El tratamiento de grandes cantidades de datos no puede abordarse sino con el apoyo en las tecnologías. En 2018, se ha efectuado mensualmente la carga del sistema de datawarehouse turístico TURPENTAHO con los indicadores procedentes de las encuestas de ocupación a la oferta turística del INE, lo que permite tanto la obtención automática de tablas de datos con evolución para los informes de coyuntura como la disponibilidad inmediata para su consulta on-line, en la web institucional.

Por otro lado, se trabaja en el desarrollo de TURPENTAHO, en colaboración con el departamento informático tanto en la carga de nuevos indicadores como en la producción y presentación de informes más completos y que permitan el contraste de fuentes.

■ 3.4.4. Difusión

Difusión de un mailing semanal por correo electrónico con los últimos informes estadísticos publicados en el apartado de Estadísticas de Turisme, dirigido a 243 destinatarios:

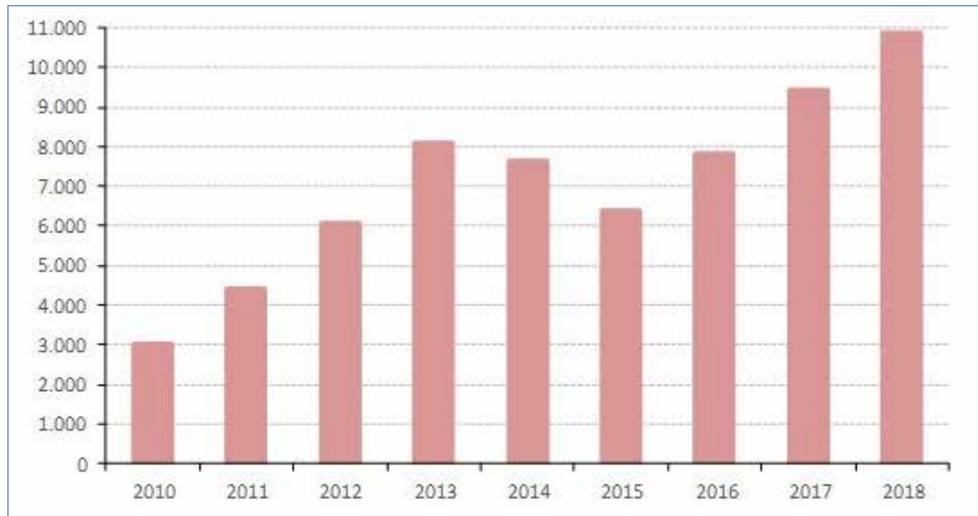
- ▶ 25 federaciones y asociaciones empresariales.
- ▶ 15 organismos de la administración pública.
- ▶ 15 representantes de subsectores turísticos.
- ▶ 35 representantes de subsectores relacionados con actividades complementarias.
- ▶ 7 representantes de las Cámaras de Comercio de la Comunitat.
- ▶ 23 consultoras turísticas.
- ▶ 47 investigadores turísticos.
- ▶ 49 técnicos turísticos municipales.
- ▶ 27 destinatarios internos de la AVT.

Gestión de 52 peticiones externas relacionadas con indicadores de la actividad turística en la Comunitat Valenciana, dando respuesta, principalmente, a través de la dirección de correo electrónico estadistiques_turisme@gva.es, así como la atención de peticiones de los organismos colaboradores, especialmente, la gestión de peticiones internas en calidad de servicio horizontal.

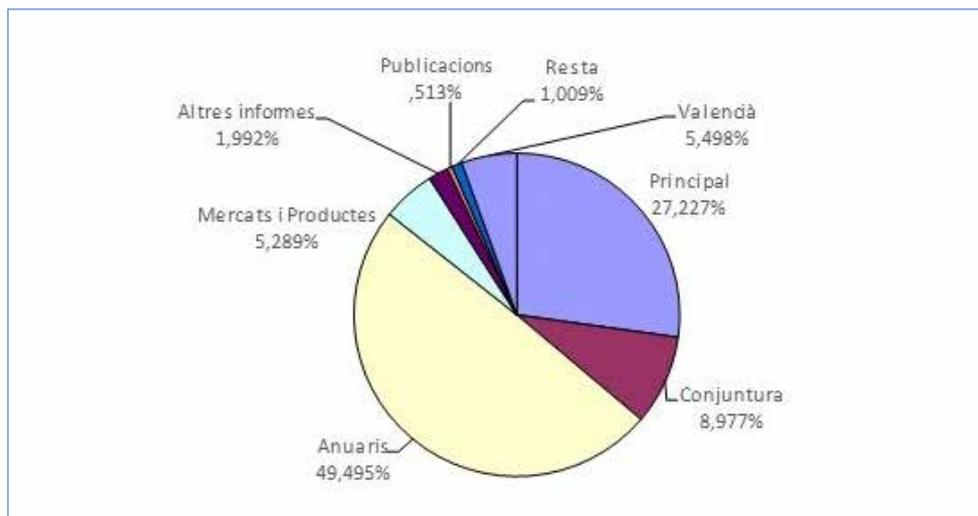
Turisme Comunitat Valenciana fue invitada a participar los días 20 y 21 de septiembre en el 1er Seminario de Observatorios de Turismo, "Compartir para innovar", organizado por el Observatorio de Turismo de Burgos, Universidad de Burgos y la Sociedad para el Desarrollo de la Provincia de Burgos (SODEBUR). Se expuso el estado de la cuestión de Estadísticas de Turismo, formando parte de la Mesa redonda "El Observatorio de Turismo como herramienta para la toma de decisiones de los destinos turísticos". Se compartieron recursos, información, datos e ideas, cooperando en la búsqueda y creación de posibles proyectos comunes, todo ello con el objetivo de crear un contacto entre todos los observatorios invitados para aunar esfuerzos y recursos. Se propuso la celebración, en el plazo de seis meses, de la segunda reunión, cuya organización correría a cargo del CETT - Campus de Turisme Hoteleria i Gastronomia de la Universitat de Barcelona.



NÚMERO TOTAL VISITAS A ESTADÍSTIQUES DE TURISME 2010-2018



SESIONES POR PÁGINA DE ENTRADA



También se participó en los cursos de verano de la UJI ("Nuevos consumidores, nuevos tiempos para el marketing", julio) y en la 3a Jornada Big Data turismo de la Universidad de Elche (septiembre) y en las Segundas Jornadas Universitarias del Turismo y la Empresa de la Universidad de Extremadura en Cáceres.

Estadístiques de Turisme destaca entre las secciones web con información estadística oficial sobre el turismo, por el volumen y grado de actualización de la información, hecho que se corresponde con el incremento continuado del número de visitas experimentado desde su creación en 2010.

El número de visitas a Estadístiques de Turisme (información elaborada a partir de datos de Google Analytics), 10.864, se incrementó un 15,1% en 2018, alcanzándose un nuevo máximo histórico de visitas (tras el máximo alcanzado en 2013, se sucedieron 3 incidencias que afectaron a la evolución de visitas: la creación de una web propia para la sección Papers de Turisme, el cambio de denominación de Observatorio Turístico a Estadístiques de Turisme y la disminución del número de informes anuales, debido al trasvase de estadísticas de Turespaña al INE, hecho que conllevó cambios metodológicos y que Turisme Comunitat Valenciana volviera a asumir la autoría de los informes de coyuntura relativos a Frontur-Egatur y Familitur), este indicador corrobora el interés las publicaciones difundidas.

Un 49,5% de los usuarios accedió a Estadístiques de Turisme a través de la sección de Anuarios y un 27,2% a través de la página principal.

La tasa de rebote presenta un valor muy satisfactorio (48,1%), indicando que más de la mitad de los usuarios consultan y se interesan por otros apartados antes de abandonar la sesión.

Las entradas a través del apartado de coyuntura crecen un 50%, hecho que puede relacionarse con el mailing semanal de novedades remitido al sector.

3.5. ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN

A través de este programa, en 2018 se ha apoyado el diseño de estrategias y la toma de decisiones, tanto por parte de las administraciones turísticas como de las empresas del sector, mediante la realización de estudios e investigaciones que permitan el seguimiento actualizado y continuo de las tendencias de la actividad turística en la Comunitat Valenciana.

En 2018, cabe destacar la realización del estudio del "Impacto del Turismo sobre la economía y el empleo, "Impactur", referido a 2017, en colaboración con Exceltur, con una metodología que permite estimar los efectos directos (ramas características) e indirectos (impactos multiplicadores sobre otras ramas) de la actividad turística; el estudio incluye un análisis por mercados de origen y la actualización de las series desde 2011.

La investigación del sector turístico valenciano se ha canalizado también a través de la colaboración con las universidades (consultar apartado específico de esta memoria).

■ 3.5.1. Estudios realizados en 2018

Los estudios realizados en 2018 fueron los siguientes:

- ▶ El Turismo en la Comunitat Valenciana 2017:
- ▶ La Oferta turística municipal y comarcal 2017.
- ▶ Perfil del turista alojado en oferta reglada 2017. Provincias y destinos.
- ▶ Perfil del turista usuario de la Red Tourist Info 2018.
- ▶ Impacto económico del turismo en la Comunitat Valenciana - Impactur 2017, en colaboración con Exceltur
- ▶ Balances coyunturales. Provincias y zonas.
- ▶ Indicadores de actividad del Sector Servicios 2018
- ▶ Turistas extranjeros en alojamiento privado 2018
- ▶ Turistas residentes en España en alojamiento privado 2017
- ▶ Compañías Aéreas de Bajo Coste 2017
- ▶ Estudio turistas extranjeros entrados por el aeropuerto Castellón.
- ▶ Excursionismo en la Comunitat Valenciana 2017
- ▶ Ocupación en albergues 2017
- ▶ Habitaciones hoteleras por tipo de cliente 2017
- ▶ Evolución del RevPAR hotelero 2017



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 desde el Servicio de Planificación y Estrategia Turística.

■ 3.5.2. Papers de Turisme

Se trata de una revista online cuyo acceso es gratuito. En 2018 se ha llevado a cabo la publicación de su número 61, monográfico dedicado a la Ruta de la Seda que consta de seis artículos.

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

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

3.6. ACCIONES DE APOYO A LAS ACTUACIONES DE POLÍTICA TURÍSTICA

■ 3.6.1. Apoyo técnico a la presidencia y dirección de Turisme Comunitat Valenciana

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

Realización de Informes

RESUMEN INFORMES 2018	CANTIDAD
Informes municipales	170
Informes altos cargos	108
Fichas reuniones	19
Peticiones información	32
Informe de gestión	1
TOTAL	330

Planificación y seguimiento de las reuniones:

- ▶ De la Comisión Interdepartamental de Turismo, presidida por el President de la Generalitat Valenciana (Decreto 161/2015).
- ▶ De las mesas técnicas de impulso al turismo sostenible y turismo inclusivo que son lideradas por la Secretaría Autonómica de Turismo y en las que participan el resto de secretarías autonómicas (en total hubo 2 reuniones).

■ 3.6.2. Premis Turisme Comunitat Valenciana

Por Resolución del 29 de enero de 2018 del presidente de la Agència Valenciana del Turisme se convocaron los Premis Turisme Comunitat Valenciana 2017, a los que se presentaron 49 candidaturas en sus distintas modalidades.

A finales del mes de septiembre de 2018 y coincidiendo con las celebraciones del Día Mundial del Turismo organizadas por la Generalitat, fueron entregados, por el Molt Hble. President de la Generalitat a los ganadores, los Premis Turisme Comunitat Valenciana 2017, correspondientes a su cuarta edición, en un acto celebrado en el Edificio Veles e Vents (València).

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

En esta 4ª edición los premios concedidos en las modalidades convocadas recayeron en:

- ▶ Modalidad 1, a la trayectoria turística: a la Federación Empresarial de Hostelería de València.
- ▶ Modalidad 2, a la investigación e innovación turística: al Instituto Tecnológico Metalmecánico, Madera, Mueble, Embalaje y Afines (AIDIMME).
- ▶ Modalidad 3, a la promoción y comunicación turística: ex aequo por haber obtenido la misma puntuación a la Cruz Roja Española y a la Benidorm Film Office.
- ▶ Modalidad 4, al turismo sostenible: al ayuntamiento de Jávea.
- ▶ Modalidad 5, al turismo inclusivo y responsable: a Civis Hoteles, SA (Hotel Luz Castellón).

Se otorgó una mención especial, "ex aequo" y a título póstumo, a Roc Gregori Aznar y Diego López Olivares por su importante contribución al sector turístico valenciano a lo largo de su dilatada trayectoria profesional desde el ámbito de la gestión pública del turismo y la investigación y generación de conocimiento académico respectivamente.

3.7. FOMENTO DE LA I+D Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN COLABORACIÓN CON LAS UNIVERSIDADES DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Esta actividad nace con el objetivo de liderar un ecosistema de conocimiento avanzado con la participación de las Universidades, se articula a través de convenios bilaterales de colaboración con las siguientes universidades: Universidad Jaume I de Castellón, Universidad de València, Universidad Politécnica de València, Universidad de Alicante, Universidad Miguel Hernández de Elche y Florida Universitaria. Todos los convenios han tenido como objeto la realización conjunta en 2018 de proyectos de investigación e innovación en beneficio del sector turístico valenciano de acuerdo con el siguiente nivel de detalle:

Universidad de Alicante: El convenio incluye tres líneas de actuación:

- ▶ Desarrollo del proyecto Destinos Turísticos Inteligentes Comunitat Valenciana
 - Soporte a la investigación de los programas de doctorado
 - Fòrum de Benidorm
 - Índice de Confianza empresarial en el sector turístico.
 - Congreso de Sociología y Antropología del Turisme
- ▶ Cualificación en clave innovadora de los profesionales del sector turístico
 - Especialitzación del cuadro directivo hotelero de la CV
 - Programas formativos: *Housekeeping*, MICE, cursos de cocina y sala
- ▶ Centro de gastronomía
 - Curso de experto en historia, globalización y turismo entorno al arroz i a la alta cocina mediterránea
 - Proyecto de investigación sobre la adherencia a la dieta mediterránea y mejora del funcionamiento cognitivo

Universidad de Valencia: el objeto principal de este convenio ha sido la realización de estudios relacionados con el paisaje valenciano posicionado como elemento central del hecho turístico. El convenio incluye varias líneas de actuación:

- ▶ Recursos paisajísticos y análisis de su potencialidad turística.
- ▶ Creación de productos turísticos.
- ▶ Diseño de PLANES DIRECTORES para productos en comarcas: redes territoriales.

- ▶ Seguimiento de Modelos de Plan Director dirigidos a Territorios de frontera, Parque Fluvial del Turia y Arte Rupestre, y elaboración de nuevos planes sobre turismo de cerámica valenciana y los iberos valencianos.
- ▶ Divulgación científica y comunicación: jornadas, redes sociales y el Congreso Innovación, paisajes y turismo.
- ▶ Cualificación de profesionales del sector turístico

Universidad Jaume I: el convenio incluye tres líneas de actuación diferenciadas:

- ▶ Desarrollo e implementación del código ético del turismo valenciano entre los agentes turísticos valencianos.
- ▶ Valoración de recursos y desarrollo del producto turístico en la zona del Maestrazgo, así como la cualificación de profesionales del sector turístico y la celebración del XXI Congreso Internacional de Turismo Universidad Empresa
- ▶ Impulso de itinerarios turístico culturales transregionales; Caminos de los Cátaros.

XXI Congreso Internacional de Turismo y desarrollo en los espacios rurales de interior
Universitat Jaume I de Castellón
25 y 26 abril de 2018

Florida
Universitaria

Estado actual de la igualdad de género en el sector turístico de la Comunidad Valenciana. El caso de las SICTED (Servicios Turísticos Distinguidos)

TURISME
COMUNITAT VALENCIANA

III CONGRÉS PAISATGE, TURISME I INNOVACIÓ

DESENVOLUPAMENT I PROMOCIÓ DEL PRODUCTE TURÍSTIC TERRITORIAL VALENCIÀ

31 d'octubre de 2018

L'Alcúdia
CASA DE LA CULTURA
Plaça Tirant lo Blanc, 1
46250 l'Alcúdia

Inscripció gratuïta a: <http://projeccio.uv.es>
Més informació a: www.turisme.gva.es

UNIVERSITAT I TERRITORI

GENERALITAT VALENCIANA | TURISME | UNIVERSITAT DE VALÈNCIA | Universitat de TurisME | Ajuntament de L'Alcúdia

Universidad Politécnica de Valencia: el objeto principal de este convenio ha sido la monitorización ambiental basada en IoT (internet de las cosas) para información del usuario y la mejora del servicio: pruebas piloto en las playas de Benidorm, Gandía y Benicàssim

Universidad Miguel Hernández de Elche: Mediante este acuerdo se ha desarrollado un proyecto de investigación e innovación en el ámbito del análisis de datos de la demanda turística en clave BIG DATA, así como la divulgación y publicación de los resultados que se obtengan. El objeto principal de este convenio ha sido el análisis en clave Big Data del sector turístico de la Comunitat Valenciana, con el objetivo de profundizar en la segmentación y establecer las bases para estudios de prospectiva. Se ha dividido en dos líneas de actuación:

- ▶ Análisis estadístico y analítica de grandes volúmenes de datos.
 - Transferencia resultados de investigación (algoritmos de cálculo) materializados en módulos de SW libre en R.
 - Diseño de un prototipo de aplicación web para análisis de grandes volúmenes de datos.
- ▶ Transferencia de conocimiento a los profesionales del sector turístico.
 - Acciones de difusión y publicación de resultados de investigación en turismo.
 - Curso Especialista Universitario en Big Data.

Florida Universitària: el objeto principal ha sido la investigación, análisis y propuestas dirigidas a fomentar la igualdad de género en el sector turístico de la Comunitat Valenciana y ha tenido dos líneas de actuación.

- ▶ Fomento de la igualdad de género entre los agentes turísticos.
 - Anàlisi de situació
 - Diagnòstic de necessitats
 - Propostes d'actuació
 - Implementació d'accions
- ▶ Transferencia de conocimiento.
 - Seminaris, tallers i accions de difusió
 - Disseny de continguts del programa formatiu

3.8. PROYECTOS EUROPEOS Y RELACIONES INTERNACIONALES

Turisme ha mantenido su apuesta en 2018 por la creación de sinergias y la gobernanza también en el ámbito internacional, renovando su participación como socio de entidades de relevancia en el mundo del turismo, tales como la Organización Mundial del Turismo a Necstour (Red de regiones europeas para un turismo sostenible).

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

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

HERIT-DATA aims to identify innovative solutions, with the support of new technologies and big data, to reduce the negative impacts of tourism on cultural and natural heritage sites. The project started in April 2018 and will last until March 2022. The project will be implemented in five pilot sites in Croatia, France, Greece, Italy and Spain, where specific data will be collected and analyzed through a dedicated platform. Those data will be used by policy makers to design new policies and to better organize tourist flows.

Project partners

Region of Valencia, Regione Toscana, Regione Lazio, Regione Campania, Regione Puglia, Regione Calabria, Regione Sicilia, Regione Marche, Regione Umbria, Regione Abruzzo, Regione Molise, Regione Basilicata, Regione Puglia, Regione Calabria, Regione Sicilia, Regione Marche, Regione Umbria, Regione Abruzzo, Regione Molise, Regione Basilicata.

AVITERRA, Regione Toscana, Regione Lazio, Regione Campania, Regione Puglia, Regione Calabria, Regione Sicilia, Regione Marche, Regione Umbria, Regione Abruzzo, Regione Molise, Regione Basilicata, Regione Puglia, Regione Calabria, Regione Sicilia, Regione Marche, Regione Umbria, Regione Abruzzo, Regione Molise, Regione Basilicata.

Site web : herit-data.interreg-med.eu
 E-mail : heritdata@regione.toscana.it
 @heritdata
www.linkedin.com/in/herit-data/

Project is financed by the European Regional Development Fund

ALTER ECO

Ruzafa, Benimaclet y el Cabañal, contada por sus habitantes.

SUSTAINABLE TOURISM
 ENHANCING A SUSTAINABLE COASTAL AND MARITIME TOURISM

4. ACTIVIDADES EN MATERIA DE INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS



4.1. INFRAESTRUCTURAS DE LITORAL

La finalidad del programa es dotar a las playas de la Comunitat Valenciana de infraestructura pública, mediante el suministro a los municipios de diferentes elementos, unos de carácter higiénico, como son lavapiés ecológicos (utilizando agua tratada de mar), papeleras, grupos de papeleras para recogida selectiva de residuos, pasarelas rígidas de ancho especial, pasarelas desmontables, y otros de carácter lúdico y deportivo como son juegos infantiles y juveniles, áreas deportivas, áreas biosaludables y zonas sport-platja. Todas estas instalaciones mejoran las condiciones para el uso turístico de sus playas.

Muchos de estos elementos han sobrepasado en mucho sus expectativas de vida útil, y ello unido a la agresividad del medio en el que los mismos están instalados, así como la virulencia de algunos temporales motivan la conveniencia de una constante renovación de la citada infraestructura turística instalada en las playas de la Comunitat Valenciana.

Esta situación motiva la existencia en 2018 de dos líneas de actuación que vienen exigidas por la realidad existente y antes descrita, a saber:

■ 4.1.1. Actuaciones durante el año 2018 conducentes al mantenimiento y reparación de las instalaciones higiénicas y lúdico-deportivas de las playas de la Comunitat Valenciana

Estas actuaciones se han implantado a través del expediente 36/17, con doce lotes.

Las actuaciones más importantes han sido:

- ▶ Intervención en las 90 estaciones de bombeo para agua tratada de mar en la revisión, reparación o sustitución de los equipos de bombeo, las boyas, calderines y el cuadro eléctrico, así como actuaciones sobre 2.000 lavapiés y 200 duchas con el desenterrado, aplomado, nivelado y en algunos casos el granallado, pintado y sustitución de los elementos interiores.
- ▶ Retirada de 20 áreas de juego infantiles y juveniles por estar dañadas y no ser viable su reparación.
- ▶ Por parte del Servicio de Infraestructuras Turísticas de Turisme Comunitat Valenciana se promovió la contratación de servicios profesionales de dos Ingenieros de apoyo para realizar los trabajos de Dirección Facultativa y la Coordinación en Seguridad y Salud de los trabajos materialmente antes descritos y

ejecutados por diferentes empresas adjudicatarias. Mensualmente se han emitido informes de los trabajos realizados, contrastados estos con la dirección facultativa y atendiendo a las prioridades marcadas en las reuniones de inicio.

■ 4.1.2. Actuaciones de inversión durante el 2018 de suministro e instalación de nuevos elementos de infraestructura turística en playas de la Comunitat Valenciana

Las principales acciones emprendidas de suministro e instalación de nuevos elementos infraestructurales en playas han sido las que siguen:

- ▶ Suministro e instalación de 4.800 metros lineales de pasarelas rígidas, ancho normal.
- ▶ Suministro e instalación de 2.500 metros lineales de pasarelas rígidas ancho especial.
- ▶ Suministro e instalación de cuatro macrojuegos infantiles tematizados con fauna marina de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Suministro e instalación de diez juegos infantiles, de extensión ordinaria (no macro) tematizados con Fauna Marina de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Suministro e instalación de diez juegos infantiles (no macro) tematizados con Flora de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Suministro e instalación de 6.000 metros lineales de pasarelas desmontables no rígidas, ancho 1,10 m.
- ▶ Suministro e instalación de 100 casetas vestidor, de diferentes colores en grupos de tres o cinco unidades.
- ▶ Suministro e instalación de cuatro zonas de baño adaptado y reinstalación de ocho zonas más.

■ 4.1.3. Otras actuaciones de suministro e instalación de material para las playas

Las actuaciones más destacadas han sido:

- ▶ Puesta a punto de las estaciones de bombeo desde Xeraco a Oliva.
- ▶ Mejora del sistema de captación en la playa del Postiguet en Alicante.
- ▶ Mejora de la canalización en municipios de Teulada, Alboraya y Oliva.
- ▶ Suministro de accesorios para los mástiles de las zonas Sport Platja.

4.2. INFRAESTRUCTURAS DE CdT's Y OTRAS ACTUACIONES

■ 4.2.1. Actuaciones de mejora de las instalaciones, su adecuación y actualización a la normativa aplicable

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

- ▶ **CdT de Valencia:** Se ha procedido durante el año 2018 a la ejecución de dos actuaciones. Por una parte, se ha efectuado la sustitución del sistema de sonido y micro-fonía del Salón de Actos, así como al encargo de un proyecto de sustitución del sistema audiovisual de este CdT. Por otra parte, se ha realizado una intervención en todas las cocinas de este CdT en el que se ha sustituido el actual pavimento cerámico de las cocinas por un suelo de vinilo sanitario, así como la reposición de las piezas de alicatado de paredes.
- ▶ **CdT de Torrevieja:** Redacción de proyecto de cambio de la envolvente (fachadas y cubiertas del edificio). Se realizaron catas en CdT de Torrevieja para comprobar el estado actual del edificio y ajustar lo máximo posible el proyecto.
- ▶ **CdT de Alicante:** Se ha efectuado la sustitución del sistema de telegestión de iluminación, mediante la implantación de un sistema actual y que favorece el ahorro energético.
- ▶ **CdT València, Alicante, Benidorm y Torrevieja:** Debido al estado de las máquinas térmicas existentes en varios CdTs con equipos que han superado ampliamente su plazo de amortización, algunos con gases refrigerantes obsoletos, se han realizado proyectos para la sustitución de los citados equipos de climatización, si bien hasta finales de 2018 no se han desarrollado los pliegos (por ausencia de modelos tipo), estando en licitación anticipada el CdT de Benidorm y en desarrollo los restantes CdTs de València, Benidorm y Torrevieja.
- ▶ **Suministro de Electricidad a los CdTs, Invattur, OIT de València y Almacén:** Se ha preparado la documentación técnica que permite la petición de ofertas para el periodo 1/2/2018 a 31/1/2019.
- ▶ **Invat-tur:** reparación del inversor de la planta de producción de energía solar fotovoltaica, por haberse detectado una baja producción mensual.

■ 4.2.2. Centro de Desarrollo y Aceleración Turística de València

En 2018 se realizó la adjudicación de las obras, si bien por la demora por parte del Ayuntamiento de València en la correspondiente licencia de obras no se pudieron iniciar en el plazo previsto. El acta de inicio de obras se firmó el 3 de octubre de 2018 y la suspensión de las mismas hasta el 15 de enero de 2019, se firmó el 11 de octubre de 2018. Las obras se han iniciado el 15 de enero de 2019 en el paseo de la Alameda 37 de València, junto al edificio existente del CdT. El centro concentrará, en un mismo espacio turístico-administrativo, los diferentes departamentos en los que se organiza Turisme Comunitat Valenciana 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.

■ 4.2.3. Instalaciones del complejo Fábrica Giner

4.2.3.1. Hotel - Escuela "Fábrica Giner"

Las obras se iniciaron en junio de 2018, y a lo largo de dicho ejercicio se ha ejecutado éstas en un 67 %. El complejo Fábrica Giner-Masia del Collet es el único conjunto arquitectónico de colonia industrial que existe en toda la comarca de Els Ports. Dicho complejo ha sido adscrito a la Turisme Comunitat Valenciana y cuenta con varios inmuebles que ofrecen las características óptimas para albergar las infraestructuras y servicios necesarios para implementar políticas públicas 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.

4.2.3.2. Ejecución de las Obras en las Nave de Telares y Nave del Tinte

Las obras se iniciaron, ejecutaron y finalizaron a lo largo de la anualidad de 2018, suponiendo las mismas la restauración de unos importantes testimonios de arquitectura industrial del siglo XIX.

Estado inicial



Nave de telares



Nave del tinte



4.2.3.3. Encomienda de gestión con el Ayuntamiento de Morella para el mantenimiento de la Fábrica Giner

El 24 de julio de 2017 se firmó un convenio marco entre el ayuntamiento de Morella y Turisme Comunitat Valenciana que ampara la encomienda, suscribiéndose el convenio específico para la anualidad de 2018 el tres de julio de 2018. El ayuntamiento presentó en diciembre de 2018 documentación justificativa de la encomienda otorgada.

■ 4.2.4. Otras actuaciones

4.2.4.1. Hotel Hospedería de la Balma (Zorita)

El hotel se encuentra cedido al Ayuntamiento para su explotación por un tercero. Tras obtener la oportuna licencia de obras a lo largo de 2018, se ha reparado y puesto en marcha el elevador y se han ejecutado obras de mejora de la cubierta, que tras su finalización han demostrado un buen comportamiento con ocasión de las últimas lluvias habidas.

4.2.4.2. Centro de día del Azud de Tuejar

Se ha realizado con carácter urgente el apuntalamiento de 4 vigas en el acceso exterior y el encargo (a AIDIMME) de un informe de valoración del estado de la estructura de madera del edificio, así como la descripción de las patologías observadas y localización de las mismas.

Se han organizado diversas reuniones con el Ayuntamiento de Tuejar para acordar el uso y destino del inmueble antes de dimensionar la intervención de rehabilitación y adecuación de este por medio de la contratación de la redacción del oportuno proyecto de obras.

El Ayuntamiento mostró interés de continuar con el uso como restaurante y en consecuencia se remitió al Ayuntamiento un escrito mostrando la disposición inicial de Turisme para la firma de un convenio marco de colaboración.

4.2.4.3. Nueva Tourist Info del Puerto en Alicante

Se publicó en el DOGV la licitación de la obra el 19 de enero de 2018. Las obras se iniciaron el 14 de Septiembre de 2018. Esta actuación pretende favorecer la excelencia en la gestión del municipio de Alicante como espacio turístico que contribuya a la sostenibilidad y al crecimiento armónico, constante y equilibrado del turismo, de forma que la nueva oficina contribuya a mejorar el atractivo y competitividad del destino mediante la mejora de los servicios al turista en un espacio amplio, tecnológico y confortable para el público (la oficina contará com una zona de acogida digital con dispositivos de autoconsulta sobre Alicante y la Comunidad Valenciana).



4.2.4.4. Contratación de Réplicas de Dinosaurios

A lo largo del año 2018, y con la finalidad de reforzar el interés de determinados yacimientos paleontológicos y su puesta en valor turístico se ha producido el suministro e instalación de seis réplicas de diferentes Dinosaurios a tamaño natural vinculados a los yacimientos paleontológicos de los municipios de Cinctorres, Morella, Bejís, Alpuente, Millares y Agost.

4.2.4.5. Mejora de les Coves de Sant Josep en la Vall d'Uixò

El 23 de mayo de 2018 se firmó el Convenio para la adecuación y mejora de las Cuevas de Sant Josep, en el que se articula una subvención nominativa a favor del Ayuntamiento de Vall d'Uixò, la actuación ha consistido en mejorar las condiciones de las cuevas como espacio visitable, potenciando el respeto por el recurso, sustituyendo la iluminación por luces led que evita la generación de la "enfermedad verde", medidores de temperatura, CO2 y humedad, mejora de la eficiencia energética, sensores de movimiento y reducción de los puntos de luz y reducción del aporte calórico. Además se mejorará la experiencia turística con una mejor visibilidad e los volúmenes de la cavidad, nuevo espectáculo de luz y sonido y mejora de la visión de pinturas y grabados.

4.3. ASESORAMIENTO E INFORMACIÓN TÉCNICA

■ 4.3.1. Otras actuaciones de asesoramiento e información técnica

Como Servicio Técnico de carácter horizontal, se ha colaborado con otros Servicios para aspectos técnicos, 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.

■ 4.3.2. Informes preceptivos de actuaciones ante diversos organismos

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

- ▶ Asistencia técnica e informe de actuaciones temporales promovidas por los ayuntamientos de la Comunitat Valenciana en zonas de dominio público marítimo terrestre
- ▶ A petición de las Consellería competente en materia de urbanismo y medioambiente, y con carácter preceptivo, se revisan e informan los planes generales de ordenación urbana, planes generales estructurales, forestales, etc. y otras actuaciones que puedan tener impacto turístico en la Comunitat Valenciana. Se han emitido en torno a 55 informes sobre estas materias u otras análogas a lo largo de 2018.
- ▶ Informe para la solicitud de autorización a los Servicios Provinciales de Costas para la reinstalación de la infraestructura turística y lúdico-deportiva de Turisme Comunitat Valenciana instalada en las playas de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Asimismo, durante 2018 se han emitido 191 informes para los Servicios Provinciales de Costas en las tres provincias, pertenecientes al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

5. ACTIVIDADES EN MATERIA DE FORMACIÓN E INNOVACIÓN TURÍSTICA



5.1. ACCIONES DE FORMACIÓN TURÍSTICA

La Formación Turística para el Empleo, se ejecutada a través de la Red de Centros de Turismo de la Comunitat Valenciana (CdT's), mediante actuaciones formativas y de transferencia conocimiento.

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

La Red de Centros de Turismo viene trabajando, desde sus inicios, en dos líneas de actividad (formación continua y formación ocupacional), lo que supuso en el año 2018 un elevado número de cursos, participantes y horas de formación.

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

	FORMACIÓN PARA EL EMPLEO	FORMACIÓN CONTINUA	TOTAL
Nº de cursos	391	479	870
Nº de participantes	8.204	6.395	14.599
Horas de formación	34.638	5.939	40.577

Por provincias, la actividad formativa se distribuyó como sigue:

	CASTELLÓN	ALICANTE	VALENCIA	TOTAL
Nº de cursos	104	443	323	870
Nº de participantes	1.524	6.565	6.510	14.599
Horas de formación	3.802	23.105	13.670	40.577

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

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

	CASTELLÓN	ALICANTE	VALENCIA	TOTAL
Cursos	51	61	49	229
Horas	429	1490	478	3678
Alumnos	776	902	750	3604

Asimismo, y por lo que respecta a la Formación on line, en 2018 se continuó con la consolidación de este tipo de formación:

	CURSOS	HORAS	PARTICIPANTES
Cdt e-Formación	61	1011	1.834

■ 5.1.1. Cualificación continua

Esta modalidad formativa tiene por objeto la mejora de la cualificación profesional de trabajadores en activo en el sector turístico mediante el reciclaje y actualización de los conocimientos inherentes a cada puesto de trabajo, y se desarrolla en las áreas y perfiles de Cocina y Repostería, Servicio, Alojamiento, Dirección, Gestión, Formación Complementaria, Idiomas e Informática.

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

En 2018, en la Red de Centros se realizaron 479 cursos de formación continua, que contaron con 6.395 participantes, y supusieron 5.939 horas de formación.

■ 5.1.2. Formación para el empleo

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

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

En la actualidad los CdTs de la Red se encuentran homologados por el SERVEF o en vías de aprobación para la impartición de los certificados de profesionalidad de la familia "Hostelería y Turismo" publicados, realizándose un esfuerzo especialmente intenso en aquellas cualificaciones profesionales cuya inserción laboral es más factible (Cocina, Servicio de Bar, Cafetería y Restaurante), pero también ampliando y consolidando el catálogo de acciones formativas acordes con las necesidades profesionales, continuando con el proceso de reconocimiento oficial y formal de las competencias adquiridas por los participantes en los cursos que se imparten en los Centros de la Red, velando de esta manera por la mejora de la formación y profesionalidad del sector turístico, mediante la obtención de los citados certificados de profesionalidad, instrumento que permite acreditar la capacitación para el desarrollo de una actividad laboral con significación para el empleo, configurando un perfil profesional de carácter oficial, validez en todo el territorio nacional y reconocimiento a nivel europeo.

Así pues, durante 2018 ya se ha ofertado prácticamente todo el catálogo de certificados de profesionalidad incluyendo las nuevas certificaciones de nivel 3 en Gestión de Producción en Cocina y Gestión de Procesos de Servicios en Restauración.

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

También durante 2018 se ha continuado con la estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven, para dar respuesta a la situación laboral en la que se encuentran muchos jóvenes. En este contexto, las diversas ediciones desarrolladas en 2018 del programa "Emprender en Turismo", dirigido a emprendedores, y puesto en marcha también en colaboración con Invat·tur, es una clara apuesta por este colectivo.

Durante 2018, han sido 391 los cursos de formación profesional para el empleo impartidos, con 8.204 participantes y 34.638 horas de formación.

■ 5.1.3. CdTJobs: Portal de empleo turístico

El compromiso de la Red CdT no es únicamente el de generar y transmitir conocimiento, sino también el de convertirlo en herramienta para el desarrollo social y económico mediante la transferencia de los resultados, a través de la creación de empleo, destacando la implementación del portal de empleo turístico CdTJobs, bolsa de empleo on line dirigida a participantes en cursos de la Red CdT y a empresas del sector que buscan cubrir puestos de trabajo, que durante 2018 ha visto crecer de manera considerable el número de ofertas de trabajo introducidas en el sistema y la interacción de los usuarios/demandantes.



Al cierre de 2018 se ha alcanzado los 3958 solicitantes y 462 empresas que han presentado ofertas de empleo.

■ 5.1.4. Canal CdT Televisión

El Canal CdT Televisión, plataforma multimedia y canal formativo que permite visualizar en directo los cursos que se imparten, son clara muestra de la apuesta por estar a la vanguardia en esta materia. Durante 2018 han continuado las emisiones a través de dicho canal.

■ 5.1.5. Apoyo a iniciativas de promoción y difusión

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

Se trata de una labor de apoyo a iniciativas de promoción desarrolladas por instituciones y asociaciones empresariales de la Comunitat Valenciana, que favorece la aproximación al colectivo empresarial a través de la participación activa de los alumnos de formación profesional para el empleo. Y tan decisivo como acercarse a la empresa y a los profesionales del sector es sensibilizar y concienciar al conjunto de la sociedad valenciana sobre la importancia de un producto turístico de calidad. Jornadas gastronómicas, jornadas de puertas abiertas y eventos similares constituyen algunas de las iniciativas desarrolladas durante 2018, y dirigidas a los diversos colectivos sociales, con la finalidad de dar a conocer la labor que desarrollan los CdT a favor de la educación y concienciación en materia turística.

■ 5.1.6. Nuevo CdT de Morella

Además de lo desarrollado por el servicio de Infraestructuras en relación a la obra de este nuevo Centro de Turismo, desde el Area de Formación se está tramitando el concurso para dotar al Cdt de Morella, del equipamiento de cocina, electrodomésticos y mobiliario, con el fin de poder iniciar las acciones de formación a finales de 2019.

5.2. FOMENTO DE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA

Durante el año 2018 el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat-tur) ha intensificado notablemente la labor realizada para el fomento de la innovación, la investigación y la transferencia de conocimiento a todo el sector turístico de la Comunitat Valenciana, ampliando tanto el número de actividades, proyectos y estudios como las zonas geográficas en las que se han desarrollado:

- ▶ Incremento de la actividad con respecto a periodos anteriores.
- ▶ Ampliación del “radio de acción” del Invat-tur en todo el ámbito geográfico de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Mayor número de peticiones de colaboración desde todos los ámbitos: administración, asociaciones, universidades, empresas privadas, centros de investigación, etc.
- ▶ Continuación del programa de investigación, innovación y transferencia de conocimiento con universidades valencianas.

Se pretende con estas actuaciones pasar de ser un centro de generación de conocimiento a convertirse en una herramienta de transformación y aceleración hacia un nuevo modelo económico-turístico, con el objetivo global de convertir la Comunitat Valenciana en un Territorio Turístico Inteligente e Innovador, con énfasis en el impulso a las políticas de innovación, la mejora de la competitividad del sector y la adecuación del modelo a la era digital.

Los ejes de actuación del Invat-tur se han reforzado, en línea con los establecidos al inicio de su funcionamiento, reforzándolos con la incorporación del programa y actuaciones de la Oficina de Asistencia Técnica a Destinos Inteligentes de la Comunitat Valenciana como ente coordinador de proyectos de transformación de los destinos.

De forma más detallada, las principales líneas de trabajo del instituto durante 2018 fueron las siguientes:

■ 5.2.1. 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 Vinarós-Benicarló, Villena, Finestrat, Benidorm, València, y Benicàssim, entre otros destinos.
- ▶ Presentación y puesta en marcha de la Red de Destinos Inteligentes de la Comunitat Valenciana (Red DTI – CV), con la adhesión preliminar de 32 destinos.
- ▶ Participación en Jornadas sobre Turismo Inteligente: UPV Gandia, Aula Universitària de Turisme Benissa, Gandía, etc.

- ▶ Redacción del modelo de Espacios Naturales inteligentes de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Desarrollo del modelo de playas inteligentes de la Comunitat Valenciana.
- ▶ Programa específico de formación para gestores de destinos turísticos inteligentes (primer programa de este tipo a nivel nacional).
- ▶ Actividades vinculadas al convenio con SEGITTUR (única Comunidad Autónoma con un convenio específico para el apoyo de acciones referidas a DTI).
- ▶ Programa de formación en Transformación Digital para empresas y destinos turísticos.
- ▶ Apoyo y seguimiento de actuaciones de la Agrupación Innovadora de los destinos turísticos inteligentes de la Comunitat Valenciana (ADESTIC).
- ▶ Programa de formación en Smart Marketing para empresas y destinos turísticos.
- ▶ Redacción de la Guía de herramientas de innovación para la transformación digital.
- ▶ Diseño de un Smart Lab (pendiente equipamiento y presentación).

■ 5.2.2. 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, se han llevado a cabo o continuado con los siguientes proyectos:

- ▶ Participación en foros de intercambio de experiencias en vigilancia competitiva (Innovación e inteligencia artificial al servicio del desarrollo rural – Universidad de Verano Aras de los Olmos; Curso de especialización: Inteligencia Estratégica para Organizaciones Innovadoras – Universidad de Alicante).
- ▶ Implantación de un sistema de vigilancia tecnológica especializado en materia de destinos inteligentes (preparación para renovación de la certificación AENOR adaptándose a la nueva norma UNE 166.006 de Gestión de la I+D+i: Sistema de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva).
- ▶ Jornadas de tendencias en marketing online.
- ▶ Foros, jornadas y seminarios sobre tendencias de mercado.
- ▶ Boletines Invat·tur (Boletín Invat·tur de Vigilancia Tecnológica, Boletín Invat·tur Emprende y el nuevo Boletín Invat·tur de Destinos Turísticos Inteligentes).
- ▶ Jornadas de I+D+i.

■ 5.2.3. Apoyo al emprendimiento en TURISMO

INVAT·TUR EMPRENDE

Las actuaciones en materia de emprendimiento desarrolladas por el Invat-tur persiguen favorecer una cultura emprendedora en materia turística, con especial hincapié en el carácter tecnológico de los proyectos e ideas apoyadas. Entre las actuaciones desarrolladas en 2018 destacan:

- ▶ Formación básica en emprendimiento turístico CdT - Invat-tur.
- ▶ Ampliación del ecosistema emprendedor en turismo - Invat-tur Emprende, incorporación de nuevos proyectos al ecosistema.
- ▶ Programa de Creación e Impulso de Empresas Turísticas: ediciones València y Alicante.
- ▶ Foros y jornadas: Conectur CV, Focus Pyme (ediciones Castellón, Guardamar del Segura, Alfaz del Pi, Alicante).
- ▶ Sistema de apoyo al emprendedor: Infoday sobre ayudas a emprendedores, networking Comunidad Invat-tur, Fitur, Ecosistema emprendedor (aceleradoras) València, etc.

DURANTE 2018 SE DESARROLLARON 2 EDICIONES DEL PROGRAMA DE “CREACIÓN E IMPULSO DE EMPRESAS TURÍSTICAS”, CON UN TOTAL DE 21 PROYECTOS/EMPRESAS. ADEMÁS DEL SISTEMA DE APOYO A EMPRENDEDORES OTROS 5 PROYECTOS SE ADHIRIERON AL PROGRAMA. EN TOTAL, DADO QUE ALGUNOS PROYECTOS ESTABAN INTEGRADOS POR VARIAS PERSONAS FUERON MÁS DE 44 LAS PERSONAS QUE PARTICIPARON EN LOS NUEVOS PROGRAMAS DE CREACIÓN E IMPULSO Y QUE PASARON A FORMAR PARTE DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR EN TURISMO.

POR OTRA PARTE, FUERON UN TOTAL DE 31 LAS ACCIONES REALIZADAS EN LO REFERENTE A FOROS Y JORNADAS (IE, FOCUS PYME, CONECTUR, NETWORKINGS, FERIAS, TALLERES, SESIONES TÉCNICAS, SESIONES INFORMATIVAS, ETC.), QUE SUMARON MÁS DE 500 ASISTENES A LO LARGO DE 2018, CON MÁS DE 232 HORAS DE FORMACIÓN Y DIVULGACIÓN DEL PROYECTO Y PROGRAMA.

■ 5.2.4. 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 2018 por el Invat-tur cabe destacar:

- ▶ Desarrollo de proyectos de I+D+i en el marco de los convenios con las diferentes universidades valencianas.
- ▶ Diseño de la nueva estrategia del Invat-tur.
- ▶ Barómetro Redes Sociales y Destinos.
- ▶ Evolución de la herramienta Social Analytics.
- ▶ Evolución de la herramienta de autodiagnóstico DTI CV.
- ▶ Informe sobre BlockChain y Turismo, realizado en el marco del grupo de trabajo de centros tecnológicos en turismo de España, en coordinación con Thinktur - ITH.
- ▶ Colaboración en el diseño del Plan Estratégico de la Asociación Innovadora DTI CV.
- ▶ Publicaciones en revistas y congresos científicos.
- ▶ Colaboración con la Cátedra de Estudios Turísticos “Pedro Zaragoza Orts” de la Universidad de Alicante.

■ 5.2.5. Laboratorio de cocina

Cada vez es más evidente que la fusión entre gastronomía y ciencia es un factor clave para innovar en los restaurantes y ser o llegar a ser más competitivos. Desde el punto de vista científico, se pueden abordar más fácilmente los fenómenos que suceden en los fogones de las cocinas y por tanto mejorar técnicas culinarias tradicionales, estudiar problemáticas gastronómicas, mejorar texturas, potenciar sabores y un sinfín más de posibilidades. Entre las acciones desarrolladas en 2018 destacan:

- ▶ Cocina Tecnológica: aulas de gastronomía y ciencia:
- ▶ Cocineros/as - Pasteleros/as: Más que cocinar (aportación del cocinero/a - pastelero/a en el proceso de I+D+i en nuevos productos y técnicas).
- ▶ Wasabi mediterráneo: analítica, panel de cata y aplicaciones prácticas en gastronomía.
- ▶ Creatividad, experimentación y ciencia en la cocina de Mugaritz.



■ 5.2.6. Comunicación y transferencia de resultados

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

- ▶ Difusión de la actividad del Invat-tur en foros y jornadas a través de las universidades valencianas.
- ▶ Foro Internacional de Turismo de Benidorm - Smart Data
- ▶ Establecimiento de protocolos de colaboración con agentes turísticos.
- ▶ Desayunos Invat-tur.

“El modelo Casual Hoteles: herramientas y estrategias para el crecimiento de una nueva cadena hotelera”.

“Inteligencia Artificial y Blockchain: retos y tendencias en turismo”.

“Blockchain y el negocio turístico: nuevas ideas, nuevos modelos, nuevos negocios”.

“Aspectos prácticos del nuevo Reglamento de protección de datos en el sector hotelero”.

“Soluciones eCommerce personalizadas para el sector hotelero: plataforma virtual, seguridad de las transacciones y gestión del fraude”.

“El big data y el IoT para mejorar la experiencia de los nuevos perfiles de demanda turística”.

“¿Es Turquía una amenaza para nuestro turismo? Las pistas que nos dan los datos”.

- ▶ Talleres del programa de Transformación Digital del Sector Turístico:
 - Como implantar una estrategia de destino turístico inteligente
 - Tecnologías para transformar el negocio turístico: TechLab Hotels & Rental
 - Como desarrollar estrategias de email marketing eficaces
 - Design Thinking aplicado a empresas y destinos turísticos
- ▶ Publicaciones de resultados y conclusiones jornadas y proyectos.
- ▶ Participación en programas formativos especializados: UMH, UA, etc.
 - Formación Invat-tur - Red CdT - Universidad de Alicante: Experto Universitario en Housekeeping (2a edición), Experto Universitario en MICE (1a edición).
 - Formación Invat-tur - Universidad Miguel Hernández de Elche: Especialista Universitario en Big Data para la gestión en turismo (continuación de la 2a edición).
 - Curso “Emprendo en Turismo” de la Universidad de Alicante.
- ▶ Potenciación de la presencia del Invat-tur en medios de comunicación generalistas y especializados.
- ▶ Participación en seminarios, jornadas y talleres.

INVAT-TUR 2018 EN CIFRAS

Periodo	Nº Actividades	Nº Asistentes
Enero	18	233
Febrero	27	531
Marzo	23	612
Abril	17	394
Mayo	28	686
Junio	25	521
Julio	17	546
Agosto	7	79
Septiembre	17	438
Octubre	34	421
Noviembre	25	629
Diciembre	20	480
TOTAL	258	5.570



**6. ACELERACIÓN EMPRESARIAL
Y DESARROLLO DE LA RED
GASTROTURÍSTICA**

6.1. ACETUR: ACCIONES DE EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO DE PYMES TURÍSTICAS

La misión del programa Accetur es ofrecer itinerarios de capacitación y servicios directos a personas con inquietudes empresariales y a pymes turísticas con proyectos emprendedores o de mejora empresarial; así como trabajar con entidades de desarrollo local y asociaciones sectoriales en términos de cooperación y coordinación para optimizar recursos.

■ 6.1.1. Información y atención a emprendedores y empresas

En 2018 los siete centros CdT's e Invat-tur han contado con información del programa en la zona de recepción, donde los usuarios pueden consultar las actividades, acceder a los soportes informativos de las actuaciones y concertar una cita de asesoramiento.

La atención personalizada se ha prestado, en función de la actividad demandada, a través del CdT de València, la Unidad de Desarrollo Turístico, del Área de Competitividad Turística y entidades colaboradoras como las cámaras de comercio de Alicante, València y Castellón.

Para llegar mejor a colectivos de interés, se realizaron presentaciones del conjunto de las actividades del programa Accetur en cerca de 20 reuniones técnicas en distintos puntos del territorio, con motivo de la realización de jornadas de competitividad dirigidas a emprendedores y pymes.

Además, se ha mantenido la difusión a través de listas de email por grupos de interés (133 suscriptores interesados en el programa), se han producido soportes informativos de todas las actividades y, como novedad, se ha ampliado sustancialmente el impacto de la comunicación a través del nuevo canal online "Turisme CV Magazine" y las redes sociales corporativas en Facebook y Twitter, publicando los programas en la sección de eventos, así como distintas publicaciones en el blog y sección de noticias.

■ 6.1.2. Captación del emprendimiento turístico y formación básica

Para captar el potencial emprendedor de las personas en proceso de formación en hostelería y turismo y ofrecer además conocimientos sobre emprendimiento turístico, en 2016 se diseñó un taller de 16 horas adaptado a este perfil, con didáctica y metodología participativa y motivadora.

Tras la realización de nueve ediciones piloto, en 2017 se ha amplió el taller con un módulo de cuatro horas dedicado a nuevos valores del turismo –sostenibilidad, ética turística, hospitalidad y turismo inclusivo–: “Taller sobre oportunidades del sector turístico, emprendimiento, técnicas de búsqueda de empleo y nuevos valores empresariales”.

En cuanto a los resultados cualitativos, cabe señalar los buenos datos obtenidos: el 95% del alumnado participante en los talleres valora entre alto y muy alto al equipo docente, el 86% considera entre alta y muy alta la aplicación práctica de los contenidos. Además, el 41% de los participantes valoran el “autoempleo como una forma idónea de inserción profesional”.

Como novedad, en 2018 se ha puesto en marcha un nuevo formato “Paneles de Emprendimiento”, orientado a los alumnos de los cursos superiores de la Red CdT, a cargo de empresarios en activo, que fueron antiguos alumnos o profesores de los centros, para trasladar sus experiencias como emprendedores del sector y entablar debates sobre autoempleo con los estudiantes. Se han realizado un total de 70 ediciones, con una participación total de 1.077 alumnos y 1.212 horas de formación.

6.2. ESTRATEGIA GASTRONÓMICA Y ENOTURÍSTICA

■ 6.2.1. Gastroturismo

La riqueza gastronómica de la Comunitat Valenciana ha contribuido enormemente al importante desarrollo alcanzado durante décadas por el turismo valenciano: un producto transversal que enriquece todas las modalidades de viaje, que supone un porcentaje importante del gasto turístico en destino en todos los segmentos de la demanda y destinos turísticos, un elemento de referencia en el consumo y beneficios que genera la actividad en la economía, la sociedad y el territorio.

El gastroturismo es un producto complejo por la diversidad de agentes y elementos implicados que lo hacen posible. Sin embargo, en un momento en el que la gastronomía es tendencia y se presta especial atención al valor de la alimentación, la salud y la sostenibilidad, la Comunitat Valenciana no puede perder la oportunidad de hacer una lectura más genuina de su esencia mediterránea, ofreciendo experiencias cargadas de relato gastronómico: paisaje, producto, medioambiente, cultura y talento culinario.

En este contexto de transformación, Turisme Comunitat Valenciana viene apostando desde 2016 por un cambio en la estrategia del fomento gastronómico, como oportunidad de desarrollo territorial y de diferenciación de la marca Comunitat Valenciana, un producto turístico que contribuye a la interpretación y preservación del paisaje, con capacidad para atraer visitantes a lo largo de todo el año, aportar valor añadido a la experiencia turística, vertebrar el territorio y motor de riqueza y beneficios intersectoriales.

Para ello, ha reorientado sus programas marcando una nueva estrategia gastronómica e intensificado sus actuaciones. En concreto, en 2018 se han llevado a cabo las siguientes:

- ▶ **Conocimiento, investigación y tecnología con proyectos de Invat-tur**, como estudios sobre del Mapa de Valor de la Cultura Gastronómica o del Modelo de gobernanza del Producto Turístico-Gastronómico, el proyecto y las jornadas Foodxperience sobre paisaje-artesanía-gastronomía, el Curso Cocineros Tecnológicos o la producción de materiales sobre el Relato del Sabor.

Investigación colaborativa con las universidades a través de convenios para desarrollar proyectos como Paisajes Turísticos Valencianos, Valiosos y Valorados, con la Universitat de València, o Modelo de Desarrollo del Pesca Turismo, con la Universidad Politécnica de València.

Participación en iniciativas como Gasterra –Centro de Gastronomía del Mediterráneo– mediante un convenio de colaboración con la Universidad de Alicante y el Ayuntamiento de Dénia, con acciones de innovación académica como el Master Internacional de Arroces y de investigación sobre Dieta Mediterránea.

- ▶ En el **marco de la estrategia CreaTurisme**, se trabaja en la creación de **clubs de producto** gastronómico: impulso de experiencias gastroturísticas creativas e innovadoras, aceleración de productos como el enoturismo junto a las rutas del vino y desarrollo de productos emergentes como pescaturismo, agroturismo y oleoturismo, con la participación directa de las empresas y agentes intersectoriales. Tras la identificación de los agentes y creación de los grupos de trabajo, se han realizado más de 15 jornadas, encuentros y talleres con el sector, asumiendo Turisme Comunitat Valenciana la asistencia técnica para la definición de estrategias, puesta en marcha e introducción en el mercado de los futuros clubs de producto.

A través de **convenios** de con entidades como la Federación Valenciana del Cooperativas Agroalimentarias, se ha desarrollado el Manual de Desarrollo de Producto Turístico para Cooperativas y dado apoyo a la plataforma de comercialización AgriCultural Tours. Asimismo, está previsto avanzar en el desarrollo del enoturismo a través de un convenio que se suscribirá con la recientemente creada Federación de Enoturismo de la Comunitat Valenciana.

- ▶ Promoción y comunicación turística para el posicionamiento del producto a través del **Plan de Marketing Turístico Comunitat Valenciana, que incrementa la intensidad promocional**. Posicionamiento internacional a través de promociones y presentaciones gastronómicas y enoturísticas en eventos exteriores y ferias como WTM, Embajada de Londres, Cámara de Comercio de España en París, etc., promociones directas e inversas con agentes de viajes, prensa, influencers y operadores en mercados europeos, EEUU, Rusia y mercados asiáticos, así como acciones de publicidad y marketing online dirigidas a estos mercados y otras acciones de marketing colaborativo con agentes turísticos.

Mayor presencia de la gastronomía en campañas de comunicación (Hospitalidad –Hostelería, Gastronomía y Enoturismo– Mediterráneo en Vivo) y ferias nacionales, como FITUR, World Travel Market, Madrid Fusión, Gastrónoma, Alicante Gastronómica o Mostra de Turisme mediante zonas tematizadas de promoción: showcooking, degustaciones, zonas de enoturismo-catas y presentaciones de producto. Instrumentos para la distribución y comercialización de productos experienciales, entre ellos el gastronómico, con la creación de la plataforma www.experienciasCV.com, la App para móviles y la publicación "Experiencias: gastronomía", con la puesta en mercado de cerca de 50 experiencias.

- **Fomento del producto gastronómico bajo nuevos parámetros de excelencia**, autenticidad, innovación, territorio y sostenibilidad en colaboración con el sector y los destinos, como la edición 2018 del DNA Festival Dénia o la nueva apuesta por la feria Gastrónoma –para apoyar la consolidación de esta feria como cerámen de relevancia en la agenda gastronómica nacional e internacional- mediante la suscripción de sendos convenios con el Ayuntamiento de Dénia y Feria Valencia; o la producción de publicaciones y eventos, a través del convenio de colaboración con CONHOSTUR para el desarrollo y fomento del producto en la restauración valenciana, como la producción y distribución de los recetarios Madein CV, La Seda, Los Borgia o Cocina de Cuchara; o con la Asociación de Hostelería de Torreveija.

Así mismo, a estas acciones se suman las llevadas a cabo a través de convenios para acciones de desarrollo del producto y marketing colaborativo con los clubs de producto TEMPS, que engloba restaurantes de las comarcas de interior, València Premium, Fundación Turismo València –con eventos como València Culinary Meeting– y el Patronato Municipal de Turismo de Castellón –Congreso de Gastronomía y Vino de Castellón-.

La Red CdT refuerza la promoción nacional e internacional del producto agroalimentario de calidad asistiendo a certámenes nacionales e internacionales con la DG de Desarrollo Rural y PAC como ANUGA (Colonia-Alemania), SIAL (París), Alimentaria (Barcelona), Salon Gourmet (Madrid) o Gastrónoma (Valencia), mediante la elaboración de recetas, showcooking, catas de vinos y degustaciones en el stand de la Comunitat Valenciana; y dando apoyo a nuevos proyectos como la celebración del World Paella Day.



En cuanto al desarrollo comarcal del gastroturismo, cabe destacar las actuaciones desarrolladas a través de Planes de Dinamización y Gobernanza como el de la Mancomunitat Alto Palancia, que apuesta por la gastronomía como elemento de identidad turística con el claim "Sabores" y la puesta su puesta en valor a través de ferias de productos autóctonos, como la del Aceite y Fiesta del Berro (Altura), Olla de San Mateo (Azuerbar), Almendra (Benafer), Cereza

(Caudiel), Trufa (El Toro), Aceite (Viver) y la puesta en marcha de un club comarcal que engloba, junto con los restaurantes, queserías, almazaras y comercio agroalimentario; el de la Mancomunitat del Alto Turia que también apuesta por la gastronomía o nuevos planes previstos para el próximo ejercicio, como el de la Mancomunidad Tierra del Vino, cuya estrategia principal de relato turístico será el enoturismo, la gastronomía y la cultura vitivinícola.

- ▶ **Marca L'EXQUISIT MEDITERRANI.** Marca que identifica y aglutina todas las acciones de comunicación y posicionamiento del producto turístico-gastronómico y sirve de referencia para proyectos turísticos de base gastronómica:
 1. Marca promocional del producto gastroturístico Comunitat Valenciana que se utilizará en acciones de comunicación promovidas por Turisme CV o de comarketing, en colaboración con otras entidades, en convivencia con Comunitat Valenciana / Mediterráneo en Vivo.
 2. Marca identificativa de la Xarxa GastroTurística CV y entidades integradas, en convivencia con la marca institucional Turisme Comunitat Valenciana.
 3. Sello distintivo de las empresas, productos, servicios y experiencias gastroturísticas que respondan a unos parámetros de calidad y autenticidad definidos.

Valores y descripción:

Principales valores: dieta mediterránea (saludable, sabrosa, apetitosa, natural, paisaje, tradicional, productos locales, sostenibilidad, mar Mediterráneo) / Innovación, vanguardia (grandes chefs, creatividad, talento)
 Otros atributos: buena hostelería, hospitalidad, tradición en el plato, buen vino ...

L'EXQUISIT MEDITERRANI es una propuesta que se apoya sobre dos términos que enriquecen el significado de marca y que son similares en los principales idiomas de nuestro público objetivo.

- ▶ Mediterráneo. Nuestro carácter, nuestra tierra y nuestro mar, nuestra cultura y nuestra gastronomía.
- ▶ Exquisito. Según el Diccionari Normatiu Valencià es aquello "que gusta de una manera singular por su delicadeza y finura o excelencia, que denota refinamiento o delicadeza". Un calificativo que eleva todo lo anterior, que dice que este lado del Mediterráneo es el bueno, el más sabroso. Que aquí se come mejor y que aquí se cuidan las cosas de una manera especial.



Bajo el paraguas de esta marca, todos los elementos conformarán la Xarxa GastroTurística de la Comunitat Valenciana que, bajo el liderazgo de Turisme Comunitat Valenciana, tiene la misión y el compromiso de preservar el valor de la gastronomía y enriquecer la experiencia de nuestros turistas y visitantes con ofertas honestas y creativas en torno a ella, así como fomentar el turismo gastronómico a través del conocimiento, la innovación culinaria y la proyección exterior de los valores gastronómicos auténticos del "Mediterráneo en Vivo".

■ 6.2.2. Turismo enológico

El vino y la cultura vitivinícola que lo envuelve es una atracción turística de gran potencial para nuestro territorio, y una oportunidad de dinamización para el Mediterráneo Rural. La Comunitat Valenciana cuenta con cerca de 200 empresas turísticas y bodegas enoturísticas, tres rutas del vino, además de la asociación enoturística Terres dels Alforins y otras explotaciones vitivinícolas y territorios que están desarrollando interesantes líneas de negocio turístico.

A través del programa CreaTurisme, Turisme Comunitat Valenciana promueve desde 2016 –entre otros productos– el enoturismo, trabajando directamente con los agentes del sector, para desarrollar estrategias conjuntas, apostar por productos innovadores y atractivos que complementen la oferta vacacional, afrontar retos como la rentabilización de los flujos turísticos existentes y el desarrollo territorial, propiciar modelos de negocio más competitivos, fomentar el valor de la cultura del vino para la marca Comunitat Valenciana, generar mensajes identitarios en las bodegas y reconstruir el discurso propio de los paisajes valencianos del vino.

Además de acciones formativas, de coordinación con los agentes y de acompañamiento a las empresas, Turisme CV ha acercado en 2018 el producto a los mercados a través de acciones en ferias turísticas como FITUR (Madrid), Gastronóma (València), Mostra de Turisme de la Comunitat Valenciana (València) y World Travel Market (Londres); presentaciones al mercado nacional, como la realizada en la Oficina de la Generalitat en Madrid el pasado 3 de octubre, a la que asistieron más de 70 agentes de viajes y medios de comunicación o la celebración del Día Europeo del Enoturismo, en colaboración con las rutas del vino.

Asimismo, en 2018, en el marco de CreaTurisme, se han consolidado instrumentos de apoyo a la distribución y comercialización de productos experienciales, entre ellos el enoturismo, con la creación de la plataforma www.experienciasCV.com, la App para móviles y la publicación "Experiencias: gastronomía", con la puesta en mercado de cerca de 50 experiencias relacionadas con el enoturismo.

Por otra parte, en 2018 Turisme Comunitat Valenciana ha centrado su esfuerzo en la definición de un producto homogéneo y de calidad, creando un grupo de trabajo integrado por las rutas de la Comunitat Valenciana y dirigido por la secretaría técnica aportada por Turisme Comunitat Valenciana. La misión de este equipo es definir estándares de servicio, estrategias de desarrollo y acciones de posicionamiento en el mercado turístico nacional e internacional.

El grupo de trabajo articula la oferta territorial con la integración de todas las rutas del vino, además de iniciativas de bodegas turísticas independientes:

- ▶ Ruta del Vino de Utiel-Requena (ACEVIN)
- ▶ Ruta del Vino de Alicante (ACEVIN)
- ▶ Ruta del Vino de Castellón
- ▶ Terres dels Alforins - Consejo regulador de la DO Vino València (en vías de creación de ruta del vino)

En 2018, también se mejora la cohesión del producto e integración de la oferta con la creación de la Federación de Enoturismo de la Comunitat Valenciana, que permitirá en el futuro abordar proyectos -conjuntamente con la administración autonómica- de comunicación y promoción turística más ambiciosos y coordinados.

Finalmente, en materia de cualificación de la oferta y competitividad de las empresas, en 2018 se han realizado cinco actividades formativas profesionales: "Jornadas-Taller, creando oportunidades: diseñar y comercializar enoturismo":

- ▶ Xaló (jul.), en colaboración con la Ruta del Vino de Alicante y la Mancomunitat de la Vall de Pop.
- ▶ Villena (jul.), en colaboración con la Ruta del Vino de Alicante y el Ayuntamiento de Villena.
- ▶ Castellón (nov.), en colaboración con la Ruta del Vino de Castellón y Cámara Castellón.
- ▶ Requena (nov.), en colaboración con la Ruta del Vino de Utiel-Requena y el Ayuntamiento de Requena.
- ▶ Fontanars dels Alforins (nov.), en colaboración con la Asoc. de Enoturismo Terres dels Alforins, el Consejo regulador de la DO Vino València y el Ayto. de Fontanars dels Alforins.

Talleres impartidos por especialistas en desarrollo y gestión turística de la enología y vitivinicultura. Cerca de 120 empresas, agentes del turismo enológico y emprendedores recibieron formación sobre técnicas a las bodegas para planificar y llevar a cabo acciones concretas de mejora adaptadas a su realidad, en un mercado altamente competitivo y especializado, con metodologías activas de generación de equipos, puesta en práctica de nuevas experiencias y estudio de casos de éxito.

7. ACTIVIDADES EN MATERIA DE PROMOCIÓN



7.1. FERIAS

■ 7.1.1. Ferias y Certámenes Turísticos NACIONALES

▶ **Feria FITUR, Madrid (17-21 enero)**

Participación en la XXXVIII edición de la Feria Internacional de Turismo, FITUR. Stand de 1.799 m² en el que están presentes como coexpositores las seis marcas turísticas de la Comunitat, así como un centenar de empresas, asociaciones y clubs de producto.

▶ **Feria FITUR GAY (LGBT), Madrid (17-21 enero)**

Participación de la Comunitat Valenciana por tercer año consecutivo en este certamen especializado en el segmento LGBT creado en 2011 y que tiene lugar en el pabellón 3 de IFEMA. Stand de 36 m² de diseño libre incluido en el concurso de ferias 2017.

▶ **Feria FITUR Festivales, Madrid (17-21 enero)**

Participación en el I certamen de FITUR Festivales dentro del espacio expositivo de FITUR. Stand de 36 m² contratado directamente con la feria.



► **Madrid Fusión (22-24 enero)**

Madrid Fusión, es el encuentro gastronómico anual por excelencia, que tiene lugar en Madrid. Durante tres días la capital albergó chefs reconocidos de todo el mundo. Turisme Comunitat Valenciana, en colaboración con la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural participó con un stand de 12 m² en uno de los certámenes más relevantes en territorio nacional sobre gastronomía, uno de los productos con mayor potencial y proyección en los últimos años.

► **Feria NAVARTUR, Pamplona (23-25 febrero)**

Participación en la décimo tercera edición de la Feria Internacional de Turismo de Navarra, un importante certamen turístico que tiene lugar en el céntrico Palacio de Congresos Baluarte de Pamplona. Stand de 100 m². Participación de Patronatos, Benidorm y Federación de campings.

Asistencia al I Congreso Internacional Gastronómico, que tuvo lugar el día previo y durante la primera sesión de celebración de la feria.

► **Feria SEVATUR, San Sebastián (9-11 marzo)**

XVI edición del Salón Internacional de la Evasión y el Turismo de Donostia-San Sebastián, la gran feria de turismo de esta ciudad, que tiene lugar en el Kursaal. Stand de 100 m². Participación de Patronatos, Benidorm y Federación de Campings.

► **Feria B-TRAVEL, Barcelona (20-22 abril)**

El certamen turístico, después de FITUR, más importante de nuestro país. En 2018 celebró su vigésimo séptima edición. Tiene lugar en Fira Barcelona, en su sede de Monjuic. La Comunitat Valenciana participó con un stand de 200 m² junto con Patronatos, Benidorm, Turismo Alicante y la Federación de Campings. Participación 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.

► **ROUTES EUROPE, Bilbao (22-24 de abril)**

Participación en el certamen de conectividad aérea de nivel europeo Routes Europe con stand propio. En esta edición se aprovechó la proximidad dado que el evento se celebró en Bilbao. Asistieron diferentes entidades junto a Turisme Comunitat Valenciana para promocionar el producto turístico y potenciar la conectividad aérea, como la ciudad de València y el aeropuerto de Castellón.

► **Feria EXPOVACACIONES, Bilbao (4-6 mayo)**

Este certamen tiene lugar en el recinto Bilbao Exhibition Center, BEC, ubicado en el municipio de Barakaldo, contiguo a Bilbao. 2018 fue su edición número treinta y nueve.

El País Vasco es uno de los principales emisores de turistas a nuestra Comunitat; ocupando ésta el primer puesto en destinos de viajes de vacaciones de verano. Dada la importancia de este mercado emisor para el turismo de la Comunitat Valenciana la asistencia a esta feria está siempre incluida en el calendario anual de ferias. Participamos con un stand de 100 m² junto a Patronatos, Benidorm, Turismo Alicante y la Federación de Campings

► **Feria Fira de les Comarques - València (4 al 6 de mayo)**

La Comunitat Valenciana participa en este certamen por segunda vez esta edición el stand estuvo situado frente a las taquillas de la Plaza de Toros en la zona exterior. Se trata de una feria donde participan municipios turísticos de la provincia de València y en el interior de la Plaza de Toros se desarrollaron actividades de turismo activo y lúdicas organizadas por empresas del sector.

► **ALIMENTARIA, Barcelona (16-19 abril)**

Alimentaria reúne todas las oportunidades del sector en seis salones especializados en los sectores alimentarios clave y en tendencias de consumo. Turisme Comunitat Valenciana, en colaboración con la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural participó con un stand de 20 m², en el que se expusieron tanto productos con denominación de origen como la oferta gastronómica de la Comunitat gracias a la muestra organizada en la barra-showcooking gestionada por la red de CdTs.



► **Feria ARATUR, Zaragoza (11-13 mayo)**

13ª edición de la feria ARATUR, que mantiene por tres años consecutivos la nueva ubicación en el Palacio de Congresos, ubicado muy próximo al centro de la ciudad. Sus 10 primeras ediciones tuvieron lugar en Feria Zaragoza, situada fuera de la ciudad con peor acceso y comunicación. La Comunitat Valenciana contó allí con un stand de 100 m² junto a Patronatos, Benidorm y la Federación de Campings.

► **Mostra de Turisme, València (20-21 octubre)**

La Mostra de Turisme de la Comunitat Valenciana es una acción de promoción dirigida íntegramente a las empresas del sector turístico y con el objetivo principal de promocionar experiencias ante del mercado y el público en general. Una acción enfocada en las experiencias y el producto especializado, ofreciendo un punto de encuentro donde todo el sector pueda mostrar al público asistente la oferta turística de la Comunitat Valenciana.

► **Fira TOTS SANTS, Cocentaina (1-4 noviembre)**

La Fira fue declarada "Fiesta de Interés Turístico Nacional" en el año 2012

En 2018 celebró su 672 edición. La feria tiene lugar en las calles de la localidad. La superficie expositiva este año llegó hasta los 135.935 m² en los cuales se encuentra maquinaria, zona comercial, mercado medieval, zoco árabe, zona gourmet, alimentación, productos típicos, feria caballar, espectáculos, atracciones y la zona de turismo.

Turisme Comunitat Valenciana reservó cuatro casetas de madera (forma de participación homogénea en la zona de Turismo) y participó junto a Benidorm, l'Oceanogràfic, Tour&Kids, Club de Producto Temps y Federación de Campings.

► **Feria INTUR, Valladolid (22-25 noviembre)**

Se celebró en Feria de Valladolid la 20ª edición de esta feria, la Feria Internacional del Turismo de Interior. La Comunitat Valenciana contó allí con un stand de 100 m² junto a Patronatos, Benidorm y la Federación de Campings.

Destacó el incremento registrado en las jornadas de Intur Negocios, con un 20 por ciento más de profesionales inscritos, tanto compradores como representantes de la oferta.

► **IBTM World, Barcelona (27-29 noviembre)**

Asistencia a IBTM World con un stand propio dentro de la contratación de ferias 2018-2019. Asisten junto a Comunitat Valenciana algunas empresas además de las marcas turísticas.

Turisme Comunitat Valenciana participó en este certamen, uno de los mayores del mundo de turismo MICE, con un stand propio por vez primera. El stand, de 131 m², agrupó a los seis convention bureaux de la Comunitat y a otras 52 empresas y entidades que trabajan en el turismo MICE en la comunidad autónoma. Durante la feria, Turisme Comunitat Valenciana, mantuvo unas 40 reuniones con operadores MICE de todo el mundo.

■ 7.1.2. Ferias y Certámenes Turísticos INTERNACIONALES

▶ VAKANTIEBEURS, Utrecht (9-14 enero)

Una feria en la cual se dieron cita las mejores empresas y profesionales relacionadas con el sector, siendo para todos ellos un evento de gran importancia y de casi inexcusable asistencia, tanto por las novedades que en ella se pidieron observar como por los contactos que se podrán establecer.

▶ REISELIV, Oslo (12-14 de enero)

Participación en el certamen noruego con un stand propio de 18 m² en el que se presentó la oferta turística de algunos municipios de la Costa Blanca: L'Alfàs del Pi, El Campello y Torrevieja. Asimismo, participó la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca. El certamen contó con la presencia de algunas empresas alicantinas con intereses en el mercado noruego.

▶ Feria HOLIDAY WORLD, Dublín (26-28 enero)

Participación en el certamen turístico más importante que se celebra en Irlanda. Se tomó parte con un total de 3 mostradores (Castellón, Benidorm y AVT) de Comunitat Valenciana dentro del stand de Turespaña. Además, la Federación de Campings de la Comunitat Valenciana también participaron con un mostrador.

▶ SALON DES VACANCES, Bruselas (1-4 febrero)

Es el más importante escaparate vacacional de Bélgica. Se dirige al público en general, no solo profesional.

▶ Feria REISEN Hamburgo (7-11 de febrero)

Feria generalista de público, se asiste dentro del stand de Turespaña.

La feria Reisen Hamburg, se celebra en la ciudad de Hamburgo bajo el nombre OOHH! REIZEITWELTEN 2018. Es la feria más grande del norte de Alemania de turismo vacacional, viajes de cruceros, cicloturismo y caravanas, y está dirigida al público general y cliente final. Esos 4 sectores de la feria, no son nuevos sino que han existido también en las ediciones pasadas pero en 2018 Messe Hamburg & Congress le dió una imagen nueva. Con el nombre aglutinador de *Oohh! Die FreizeitsWelten* se presentan los mismos productos. La distribución por pabellones también se renovó en 2018. En el caso de Turisme Comunitat Valenciana la mejor manera de asistir es la parte de *Reisen*, donde se presentan los destinos. Las marcas turísticas participantes en 2018 han sido: Costa Blanca, Turismo Alicante y València Turisme.

▶ TOUR SALON, Poznan (9-11 febrero)

Asistencia a este certamen con un stand propio ya que Turespaña no asiste a ferias turísticas en Polonia. En el stand de 20 m² contratado por Turisme Comunitat Valenciana estuvo presente el aeropuerto de Castellón y la Diputación de Castellón.

► **PARMA GOLF SHOW, Parma (17-19 febrero)**

Participación en la feria de golf de Parma con un espacio propio de 8 m² (stand modular). Esta feria se celebra como parte del Travel Outdoor Fest, que incluye una parte dedicada al producto caravaning, otra al ciclismo y otra al Golf. Se asistió junto con la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca y Comunitat Valenciana.

► **CONNECT, Tbilisi. Georgia (20-22 de febrero)**

Representantes de Turisme Comunitat Valenciana asisten a esta cita anual de conectividad aérea de Europa y Oriente Próximo, junto con representantes del aeropuerto de Castellón, con agenda propia de citas con compañías aéreas.

► **F.RE.E München, Munich (21-25 de febrero)**

Feria generalista, se asiste en el stand de Turespaña.

La feria F.re.e que celebra en la ciudad de Munich es una feria de vacaciones en la que hay diferentes sectores como turismo de salud y bienestar, caravanas y turismo de naturaleza, deportes y bicicleta: la edición de 2017 de la feria de turismo de Munich contó con más de 1.300 expositores procedentes de 65 países diferentes y se ha posicionado como la segunda feria alemana de turismo de público final, por detrás de la de Stuttgart. Además, se superó el record de visitantes con un total de 135.000. Se trata de la feria más importante del sur de Alemania que tiene lugar cada año en la capital bávara. En la edición 2018 de la f.re.e. se ha vuelto a registrar la cifra récord de visitantes, 135.000 que se alcanzó ya en 2017. Gracias a la afluencia de público registrada durante el fin de semana. El grado de satisfacción de los visitantes, ha superado incluso el record de 2017 (96%) de los visitantes encuestados dieron la mejor nota a la f.re.e. Las marcas turísticas participantes en 2018 fueron: Costa Blanca. Junto con Costa Blanca participaron también los municipios de Calpe, Alcoy y Torre Vieja y València Turisme.

► **FERIE FOR ALLE, Herning (23-25 de febrero)**

Principal certamen turístico en Dinamarca y segundo en importancia tras MATKA en el ámbito nórdico. En 2018 se dispuso de un mostrador integrado en el stand institucional español (compartido entre València Turisme y Turisme Comunitat Valenciana). La participación española incluye un espacio independiente al stand principal destinado a expositores de golf en el que participó la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca.

► **UTAZAS PINK CORNER, Budapest (1-4 marzo)**

Turisme Comunitat Valenciana, en el marco de las acciones del Plan Operativo 2018 vinculadas al producto o segmento LGBT, participó en este certamen en Hungría con un stand.

► **ITB, Berlín (7-11 marzo)**

Como feria líder del sector de la industria turística en el mundo, ITB Berlín es la plataforma de negocios para la oferta turística global: países, ciudades y regiones, operadores turísticos, portales de reservas en línea y hoteles, y muchos otros proveedores de servicios de más de 180 países presentan sus productos y servicios. La participación de Turisme Comunitat Valenciana durante la edición 2018 de la ITB de Berlín consistió en un espacio singular de 100 m² con sala de reuniones, almacén, 6 mostradores y una amplia zona de reuniones con mesas para las empresas y marcas turísticas.



► **ITB PINK CORNER, Berlín (7-11 marzo)**

Dentro de las acciones dirigidas al público LGBTQ, una de ellas es la asistencia al Pink Corner de la feria ITB donde se atiende un mostrador y se dispone de una mesa de reuniones para establecer contactos con empresarios del sector. Visit Benidorm colaboró directamente con Turisme Comunitat Valenciana atendiendo el mostrador y se realizó una presentación de destino.

► **MITT, Moscú (13-15 de marzo)**

Uno de los principales certámenes europeos y cita ineludible para entes y empresas con intereses en el mercado ruso. La Comunitat Valenciana presentó su oferta en 5 mostradores dentro del stand español: Castellón, València Turisme, Benidorm, Costa Blanca y Turisme Comunitat Valenciana ocuparon este espacio. Se registró la presencia de empresas de la Comunitat Valenciana con intereses en el mercado ruso.

► **SALON MONDIAL DU TOURISME, París (15-18 marzo)**

Del 15 al 18 de marzo de 2018 se celebró en París (Parque de Exposiciones de la Porte de Versailles) la feria "Salon Mondial du Tourisme 2018". Se trata de una de las ferias generales de turismo más importantes de Francia para descubrir las tendencias y los nuevos destinos. Este año celebra su 43ª edición que promete estar llena de descubrimientos con nuevas áreas temáticas. Estarán presentes oficinas de turismo, operadores turísticos, agencias de viajes, sitios de alojamiento, etc. Todos los actores que desempeñan un papel importante en el sector estarán presentes para ofrecer una opción variada e innovadora. La Comunitat Valenciana participó bajo el paraguas de Turespaña. Desde este espacio, los técnicos de cada una de las marcas turísticas de la Comunitat Valenciana atendieron a todos aquellos interesados en nuestro destino.

► **M & I SPRING, Algarve (18-21 abril)**

La Comunitat Valenciana contó con 3 mesas y sus respectivas agendas de reuniones en este foro especializado en turismo MICE, al que asistieron también los conventions bureaux de Costa Blanca, Alicante, Elche, València y Benidorm. Al foro asistieron más de 200 operadores especializados en MICE de toda Europa.

► **IMEX, Frankfurt (15-17 de mayo)**

Turisme Comunitat Valenciana asistió con un espacio singular dentro del stand de Turespaña, compuesto por seis mesas de trabajo, con sus respectivas agendas. El espacio de la Comunitat agrupó a un total de 22 entidades y empresas del sector MICE de la Comunitat.

► **M & I SUMMER, Dubrovnik (5-9 junio)**

Turisme Comunitat Valenciana asistió a este foro de turismo MICE con 2 mesas y agendas de reuniones, junto con los convention bureaux de València, Benidorm, Elche y Alicante. Se mantuvieron unas 40 reuniones con operadores MiCE de toda Europa

► **PROUD EXPERIENCES, Londres (6-8 junio)**

Certamen con formato B2B especializado en el segmento LGBT+. Se dispuso de una mesa en la que además de Turisme Comunitat València, participaron Costa Blanca y Benidorm.

► **NORDEA MASTERS GOLF, Gotemburgo (16-19 agosto)**

Participación en el torneo de golf más importante que se celebra en Suecia y que forma parte del circuito European Tour. Turisme participó con un espacio propio consistente en una carpa de 9 m² en la que estuvieron presentes representantes de la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca y Comunitat Valenciana, Melia Villaitana, La Sella Golf Resort, Grupo Quara y Las Colinas.

► **KLM OPEN GOLF, Spijk Gem Lingewaal (13-16 septiembre)**

Participación en el KLM Open, el más importante torneo de golf que tiene lugar en Holanda a nivel profesional y que forma parte del European Tour. Dispusimos de un espacio de 12 m² dentro de la carpa del Village del torneo en el que estuvieron presentes representantes de la Asociación de Campos de Golf de Costa Blanca y Comunitat Valenciana, grupo Quara y La Sella Golf Resort.

► **Feria IFTM - TOP RESA, París (25-28 septiembre)**

Participación en la feria IFTM-TOP RESA, que tuvo lugar en el Parque de Exposiciones de la Puerta de Versailles del 25 al 28 de septiembre de 2018. Turisme Comunitat Valenciana asistió como expositores dentro del stand de Turespaña, junto con el Patronato Provincial Turismo Castellón, Patronato Provincial de Turisme de València y Fundación Turismo Valencia. Dada la importancia del mercado francés para el turismo de la Comunitat Valenciana este certamen fue incluido en el calendario de ferias 2018. Se trata de una feria B2B del turismo en Francia, es la cita de referencia de los profesionales del sector para encontrarse, negociar y entender las evoluciones del sector. Este es quizás el principal evento en el país vecino relativo al turismo de ocio, de negocios y de eventos.

► **IGTM, Ljubljana (15-18 octubre)**

Asistencia a la feria dedicada al turismo de golf más importante que se celebra anualmente y que reúne a los turoperadores y prensa dedicada al producto golf más relevantes del mundo. Turisme Comunitat Valenciana tomó parte ofreciendo el diseño y montaje de un stand común para las empresas de Comunitat Valenciana inscritas como expositoras en la feria. En 2018 participaron: Patronato Turismo Castellón, Club de Campo Mediterráneo, Oliva Nova Beach & Golf Resort, Denia La Sella Golf Resort & Spa, Asia Gardens Hotel & Thai Spa, Melia Villaitana, Bonalba Golf Resort & Hotel, Font del Llop Golf, Hotel La Finca Golf & Spa y Las Colinas Golf & Country Club.

► **IMEX, Las Vegas (15-17 octubre)**

Turisme Comunitat Valenciana participó con un espacio propio dentro del stand de Turespaña, compartido con Feria València. Durante la feria se mantienen unas 20 reuniones con operadores MICE, en especial de EEUU y Canadá.



► **WORLD TRAVEL MARKET, Londres (5-7 noviembre)**

Asistencia a la feria de turismo más importante que se celebra en el Reino Unido con un stand propio de 287 m² en el que estuvieron representadas las 6 marcas turísticas de la Comunitat Valenciana y 39 empresas coexpositoras valencianas.

En el recinto ferial se contrató unos paneles retroiluminados de publicidad en una de las puertas de acceso al pabellón donde se ubicaba nuestro stand. Además, también se contrató los servicios de la agencia LOTUS que proporcionó una agenda de citas con prensa y turoperadores británicos.

► **ILTM, Cannes (3-6 de diciembre)**

Se asiste a esta feria, una de las mayores citas anuales del turismo de Lujo y Premium, con dos mesas y sus respectivas agendas de reuniones dentro del stand de Turespaña. Junto con Turisme Comunitat Valenciana participan también Turismo València, València Premium y la empresa especializada en este segmento, Joyas de España. Durante la feria se mantienen más de 30 reuniones con operadores especializados de todo el mundo.



7.2. WORKSHOPS, JORNADAS INVERSAS Y PRESENTACIONES

■ 7.2.1. Mercado NACIONAL

► Jornada turismo cosmopolita en CDT València (7 mayo)

El CdT de València acogió esta Jornada, promovida por Turespaña y Turisme Comunitat Valenciana, cuyo objetivo era mostrar y debatir las posibilidades y actuaciones de este segmento de mercado en diversos países europeos y EEUU.

► Travel meeting red ciudades AVE - Madrid (15 noviembre)

Participación en este workshop organizado por la Red de ciudades AVE en el hotel NH Eurobuiding de Madrid. Asistieron en el espacio de Turisme Comunitat Valenciana las entidades: València Premium, AR Hoteles, HQ Rooms y Viajes Globus.

► **Asistencia a Costa Cálida IAGTO Trophy en Murcia (23 mayo)**

Jornada de trabajo organizada por la asociación IAGTO (International Association of Golf Touroperators) que reúne a 80 turoperadores miembros de la asociación que mantienen reuniones con los campos y hoteles participantes.

► **Jornada Tour & Kids, Castellón (23 de mayo)**

En esta jornada hubo 35 asistentes, destinos y empresas turísticas de la provincia de Castellón interesados en potenciar el turismo familiar, y en la que se habló de las oportunidades que representa especializarse en turismo familiar y como obtener el sello Tour & Kids, reconocido como la marca del turismo familiar en la Comunitat Valenciana que actualmente aglutina a 17 destinos y cerca de 50 empresas certificadas como turísticos familiares.

► **Jornada Tour & Kids, València (19 de junio)**

La jornada contó con una bienvenida institucional y las intervenciones por parte de un representante de la Turisme Comunitat Valenciana y del gerente de Tour & Kids además de la experiencia de diferentes casos de éxito de empresas y destinos que han apostado por el turismo familiar como Virgilio Beltrán director comercial de Actio SL; el responsable de Marketing Relacional y Promoción de Ciutat de les Arts i les Cències; la gerente de Turiart y el representante de comunicación del Ayuntamiento de Cofrentes. En total hubo una audiencia de 35 asistentes entre empresas y destinos.

► **Presentación de enoturismo (3 de octubre)**

Se realizó una presentación de Enoturismo por parte de las Rutas del Vino de la Comunitat a operadores madrileños que tuvo lugar en la Sede de la Generalitat en Madrid el 3 de octubre.

■ 7.2.2. Mercado INTERNACIONAL

► **REINO UNIDO**

Jornada Inversa turismo escolar en València y Alicante (20-23 septiembre)

Workshop organizado por la OET de Londres que reunió en València a un total de 11 turoperadores británicos especializados en este producto y la representante de School Travel Forum. La acción se inició con una mesa redonda entre algunos de los turoperadores y un representante de una agencia receptiva local, continuó con un workshop en el que participaron 20 empresas de la región y se completó con el comienzo de un viaje de familiarización para el grupo que les llevó a conocer València, Denia y Alicante. Esta acción contó con la participación de Turismo València, Patronato Costa Blanca y Turismo Alicante.

► **Jornada Inversa turismo lujo, gastronómico y cultural en Salamanca (26-27 septiembre)**

Workshop organizado por la OET de Londres que reunió a 13 turoperadores británicos especializados en el producto cultural y gastronómico. El workshop se inició con una charla de varios representantes de los turoperadores completándose con una jornada de trabajo con entrevistas entre los agentes británicos y los representantes de las comunidades autónomas asistentes.

► **Workshop GEM en Londres (1-3 noviembre)**

Global European Marketplace, es una Jornada de trabajo organizada por la organización ETOA (European Touroperator Association). Durante el workshop se mantuvieron encuentros previamente agendados con turoperadores miembros de la asociación.

► **CHINA**

Participación en FOTEC - Shanghai (13-15 septiembre)

II Foro de Turismo China-España, FOTEC, Shanghai, R.P.China.

Turisme Comunitat Valenciana participó con mesa y agenda propia de reuniones, junto con otras 30 empresas y entidades de promoción españolas, en la segunda edición de este foro bianual que en esta ocasión tuvo lugar en la ciudad de Shanghai. Durante el evento tuvieron lugar 25 reuniones con otros tantos operadores turísticos chinos.

► **INDIA**

Workshop mercado indio - València (28 septiembre)

Turespaña y Turisme Comunitat Valenciana organizaron conjuntamente este workshop que tuvo lugar en el Hotel Las Arenas de València y que acogió a 22 operadores indios y 30 de la Comunitat. El workshop se celebró en el marco de un viaje de familiarización de dichos operadores por la Comunidad de Madrid, Andalucía y la propia Comunitat Valenciana, e incluyó sendas presentaciones del mercado indio a los operadores valencianos y de la Comunitat Valenciana a los operadores indios.

► **ITALIA**

Road show Italia (Roma, Florencia, Verona y Turín del 9 al 12 de abril)

Frente a la pérdida de importancia de la Touroperación en el mercado italiano, se organizó este road show donde la oferta de empresas turísticas españolas se encuentra con agencias minoristas italianas. (En la Oficina de Turismo de España en Milán)

Presentación Comunitat Valenciana y provincia de València - Roma (9 mayo)

Este acto incluyó una experiencia gastronómica por parte de cocineros desplazados desde València y contó con la presencia del embajador español y del consejero de turismo en Roma.

► FRANCIA**Asistencia a Costa Blanca València Region Ryder Trophy en París (6-7 junio)**

Acción organizada por la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca y Comunitat Valenciana en el campo que sería sede de la Ryder Cup 2018. La acción se inició con una jornada de golf y se completó con un encuentro entre los 28 turoperadores de golf europeos asistentes y los 19 empresarios de la Comunitat Valenciana desplazados para el evento.

Presentación Misteri d'Elx en Lyon (22 septiembre)

Presentación de la oferta Turística de la Comunitat Valenciana y Elx en Lyon y concierto en colaboración del coro de Lyon y el coro de Elx.

► POLONIA**Jornadas directas - Varsovia y Gdansk (17-18 abril)**

La OET de Varsovia organizó la tercera edición de estas jornadas, marco para el encuentro entre empresas y destinos turísticos españoles y la turoperación y agencias polacas, prestándose también atención especial a las especializadas en MICE. Las Jornadas Directas Polonia 2018 se celebraron el martes, 17 de abril de 2018, en Varsovia y el miércoles, 18 de abril de 2018, en la ciudad de Gdansk. Turisme Comunitat Valenciana reservó dos mesas de trabajo, que fueron compartidas con el Ayuntamiento de Calpe, y las empresas IDEAL TOURS, de Benidorm y AR HOTELS, de Calpe. En esta tercera edición estuvo presente también Visit Benidorm (que comparten mesa con Hoteles Poseidón) y Turismo València.

► RUMANÍA**Presentación CV en Bucarest (25 abril)**

Dicha presentación se realizó en el Instituto Cervantes de Bucarest y contó con la participación de Turismo València, Patronato de Turismo Castellón, Aeropuerto de Castellón e Introducing Castellón. Todos ellos bajo el paraguas de la organización de Turisme Comunitat Valenciana y Turespaña. Un total de 34 asistentes entre agencias de viajes y medios de comunicación rumanos atendieron la presentación de destino de Comunitat Valenciana así como el posterior networking que se celebró durante el cocktail.

► TURQUÍA**Presentación CV - Estambul (24 septiembre)**

Presentación de la oferta turística de la Comunitat Valenciana acompañada de una degustación gastronómica

7.3. VIAJES DE PRENSA Y FAMILIARIZACIÓN

■ 7.3.1. Mercado NACIONAL

▶ **Viaje de prensa DNA Festivalk Gastronómico de Dénia (28-30 septiembre)**

Viaje de prensa con motivo de una de las citas culinarias más relevantes del panorama nacional. 18 chefs de reconocido prestigio participaron en 2018 en la segunda edición de D*na Festival Gastronómico de Dénia que está organizado por Turisme Comunitat Valenciana y el Ayuntamiento de Dénia y comisariado por el cocinero con tres estrellas Michelin, Quique Dacosta.

▶ **Blogtrip Santantonadas - Castellón provincia (25-28 enero)**

Con motivo de las fiestas de *Sant Antoni* que se celebran a principios de enero en diferentes municipios de la Comunitat Valenciana se organizó un blogtrip para que los bloggers de Salta Conmigo mostraran estas fiestas. En concreto visitaron Forcall, Morella, Cincorres y La Mata.

▶ **Fam trip ejecutivos cruceros en Castellón (17-23 julio)**

Viaje de ejecutivos de la compañía de cruceros Virgin a Castellón con motivo de la celebración del festival FIB de Benicàssim para promover la llegada de cruceros de la compañía en futuras ediciones del certamen.

▶ **Colaboración Fundación Blas Méndez Núñez**

Colaboración en un viaje de turismo inclusivo atendiendo a la solicitud de la Fundación Blas Mendez Ponce de Ayuda a Niño Oncológico que realizó una visita a la ciudad de València entre los días 25 y 28 de octubre. Para la organización de dicho viaje, por parte de Turisme Comunitat Valenciana se facilitaron los desplazamientos en la Comunitat Valenciana, así como las entradas al Oceanogràfic y una degustación gastronómica.

■ 7.3.2. Mercado INTERNACIONAL

▶ MALASIA

Press trip filmación del equipo RTM Malaysia (29-30 abril)

Viaje de un equipo de TV malayo para filmar imágenes en Alicante y Guadalest para el programa "Ola Spain with Keith Foo".

▶ INDIA

Fam trip MICE - Premium (27-29 septiembre)

▶ JAPÓN

Fam trip AAVV (4-10 septiembre)

Viaje de agentes representantes de 6 de los principales operadores nipones que trabajan con España. Se visitaron localidades de las tres provincias de la Comunitat Valenciana.

▶ HOLANDA

Press trip Benidorm Cosmopolita (26-29 septiembre)

Viaje multimercado destinado a dar a conocer a blogueros e influencers de diferentes países de Europa, la oferta de actividades de Benidorm para un turista de perfil activo.

▶ BÉLGICA

Benidorm Pride - LGTBI Trip (5-9 septiembre)

Blog trip con influencers jóvenes LGBTQ con estilo chic/cosmopolita/activo que conocieron un destino Gay Friendly a través del certamen Benidorm Pride: gastronomía, deportes, lifestyle, en el último pride del año.

Press trip Benidorm Cosmopolita (26-29 septiembre)

Viaje multimercado destinado a dar a conocer a blogueros e influencers de diferentes países de Europa, la oferta de actividades de Benidorm para un turista de perfil activo.

Press Trip Gastronómico (2-4 octubre)

Viaje de prensa de 4 periodistas/influencers belgas para conocer el producto de turismo gastronómico de la Comunitat Valenciana.

▶ ITALIA

Press trip Benidorm Cosmopolita (16-19 octubre)

Viaje de influencers italianos y franceses para conocer la oferta de actividades de Benidorm para un turista de perfil activo.

► **RUSIA**

Fam trip agentes rusos - Tour prestige club (1-7 marzo)

Viaje de 12 agentes rusos a València y Castellón. Estos agentes forman parte del touroperador Tour Prestige que opera en el área de san Petersburgo desde hace más de 20 años. Su perfil de cliente se corresponde con el del turista individual con alto poder adquisitivo.

Fam trip TTOO - San Petersburgo (15-20 abril)

Viaje de 10 agentes rusos que visitaron la oferta de diversas localidades de la Costa Blanca y de la ciudad de València.

Fam trip AAVV - TO Russian Express (15-22 abril)

Viaje de 16 agentes rusos que visitaron la oferta de diversas localidades de la Costa Blanca y de la ciudad de València.

Fam trip AAVV - TO Good Time Travel (12-19 mayo)

Viaje de 13 agentes rusos que visitaron la oferta de diversas localidades de la Costa Blanca y de la ciudad de València.

► **POLONIA**

Fam trip MICE (26-29 junio)

Viaje de seis agentes MICE planteado por la OET de Varsovia dirigido al mercado Polaco. Tuvo lugar en la ciudad de València e incluyó también la visita a la ciudad de Gandia.

Este Viaje de agentes estaba planteado para mostrar a agentes MICE de la ciudad de Varsovia las posibilidades que ofrecen las ciudades de València y Gandia para la organización de todo tipo de convenciones, congresos y exposiciones.



Press trip Castillos de la Comunitat Valenciana (17-21 octubre)

Este Viaje de prensa se planteó para mostrar a distintos medios de la ciudad de Varsovia las opciones de castillos visitables que ofrece la Comunitat Valenciana. Dada la limitada duración del viaje y la entrada por el aeropuerto de Alicante se acotó el itinerario a la visita de la ciudad de València, Cullera, Játiva, y el sur de la Provincia de Alicante.

Fam trip turismo religioso (25 noviembre-2 diciembre)

Desde Turisme Comunitat Valenciana se pretendía fomentar el turismo religioso a través de la ruta del Grial (ruta de peregrinación) y territorio Borja. La ciudad de València cuenta con año jubilar a perpetuidad cada cinco años por albergar el grial reconocido por el Vaticano. En el Famtrip se pretendía dar a conocer estos dos productos turísticos visitando los lugares más importantes de cada ruta. Así, respecto a la ruta del Grial, se visitó València, Segorbe, Sagunto, El Puig y el monasterio de Santo Espíritu en Gilet. Y como ejemplo de la Ruta de los Borja además de València se visitó el monasterio de Jerónimo de Cotalba, Gandía y Xàtiva, ciudades con un gran legado de la familia valenciana Borja tan conocidos históricamente. También visitaron Peñíscola por su importancia religiosa histórica.

► AUSTRIA**Press trip Discover Benidorm (16-19 octubre)**

Periodistas austriacos acompañados por el técnico de la OET de Viena visitaron Benidorm para descubrir su vertiente más chic. Alojándose en el hotel Asian Gardens y realizando actividades gastronómicas, Bodegas Mendoza y el Parque Natural de la Serra Gelada.

Blog trip a Benidorm (5-9 septiembre)

En colaboración con Visit Benidorm, Turisme Comunitat Valenciana ofreció los traslados a periodista austriaco Mira Sprecakovic para participar en el Blog trip organizado por Visit Benidorm con motivo de la celebración del Benidorm Pride 2018.

► PAÍSES NÓRDICOS**Blog trip Winter Sun & Sports en Benidorm (2-6 octubre)**

Viaje de bloggers multimercado para promocionar la oferta de actividades al aire libre y náuticas de Benidorm aprovechando sus excelentes condiciones climatológicas durante el otoño-invierno.

Press trip Benidorm Cosmopolita (26-29 septiembre)

Viaje multimercado destinado a dar a conocer a bloggers e influencers, la oferta de actividades de Benidorm para un turista de perfil activo.



► **DINAMARCA**

Press trip Jyllands-Posten (20-25 marzo)

Viaje de prensa del periodista Jorgen Laurvig a la Costa Blanca con de recabar información para escribir en la sección turística del diario Jyllands-Posten, diario con una tirada de 150.000 ejemplares.

Press trip TV DK 4 (24-28 octubre)

Viaje de prensa de un equipo de TV para la grabación de imágenes para un programa de la cadena danesa DK4, de ámbito nacional. El viaje se centró en señalar el gran potencial de la Costa Blanca como destino ideal para deportistas y cicloturistas.

Press trip HELSINGOR DAGBLAD - DINAMARCA (23 febrero-2 marzo)

Viaje de prensa del periodista Bent Stenderup del medio danés Helsingor Dagblad organizado a través de la OET Copenhague. El periodista visitó los campos de golf de La Finca y Las Ramblas.

Press trip GOLFAVISEN - DINAMARCA (6-7 marzo)

Viaje de prensa del periodista Jens Christensen del medio danés Golfavisen organizado por la OET de Copenhague. El periodista visitó los campos de golf de Meliá Villaitana y Alicante Golf.



► **SUECIA**

Press trip Svenska Dagbladet (5-8 febrero)

Viaje de prensa a Alicante del periodista sueco Lars Collin, acompañado del fotógrafo Mauro Rongione con el fin de preparar un artículo sobre la ciudad para su publicación en el diario Svenska Dagbladet.

Press trip diario Aftonbladet (8-11 junio)

Viaje de prensa del periodista Jonas Henningsson a Alicante para escribir una guía turística de la ciudad que se publicaría en el diario Aftonbladet, el de mayor tirada en Suecia, con 530.000 ejemplares.

► **BIELORRUSIA**

Fam trip AAVV - TO Intercity (21-25 mayo)

Viaje de 25 agentes del TO Intercity que visitaron los atractivos turísticos y la oferta hotelera de diversas localidades de la Costa Blanca

Fam trip AAVV - TO Rosting (29-5 junio)

Viaje de 12 agentes del TO Rosting que visitaron los atractivos turísticos y la oferta hotelera de diversas localidades de la Costa Blanca.

Fam trip AAVV - TO ABS (29-5 junio)

Viaje de 15 agentes del TO ABS que visitaron los atractivos turísticos y la oferta hotelera de diversas localidades de la Costa Blanca.

► **UCRANIA**

Fam trip AAVV - Touroperador ucraniano TPG (10-17 junio)

Viaje de 25 agentes del Touroperador ucraniano TPG. Se alojaron en diferentes localidades de la Costa Blanca y visitaron su oferta hotelera y principales atractivos turísticos realizando una extensión a València.

Press Trip VOGUE Ucrania (26 septiembre-1 octubre)

Participación en el viaje de prensa consensuado con la OET de Varsovia referente al mercado ucraniano, concretamente a la publicación VOGUE. Tuvo lugar en la provincia de Alicante entre los días 26 de septiembre y 1 de octubre de 2018. Participan, además de Turisme Comunitat Valenciana, las marcas Costa Blanca, Turismo Alicante, Visit Benidorm y los Ayuntamientos de Alcoi y Elche.

► **RUMANÍA**

Press trip en Castellón y València (27-30 septiembre)

La periodista Elena Dinu de Cap Compas visita la ciudad de València y la provincia de Castellón para elaborar posteriormente un programa de televisión que se emitirá en el mercado rumano.

Fam trip TTOO en Castellón y València (25-30 octubre)

5 agentes de viajes rumanos junto con una empleada de Blue Air y la técnico de la OET de Viena visitaron la ciudad de València así como la provincia de Castellón (Benicàssim, Peñíscola, Morella). Para conocer tanto los destinos como su oferta hotelera.

► **REPÚBLICA CHECA**

Press Trip vuelo Pardubice Ryanair (26-29 marzo)

Con motivo de la apertura de la nueva línea Alicante-Pardubice un total de 5 medios checos visitaron la Costa Blanca. En concreto los municipios turísticos de Benidorm, Altea, Alicante, El Campello, Elche y Novelda.

Press trip medios Golf - REPÚBLICA CHECA (8-11 noviembre)

Visita de los periodistas Roman Zvaric, de los medios Playboy y Novinky.cz, y Cenek Lorenc, de Golfvacatios.cz, a diversos campos de golf de la provincia de València así como a la propia ciudad. El viaje contó con la participación de Turismo València y la asociación València Premium, además de la OET de Viena.

► **ESTADOS UNIDOS**

Press trip periodistas americanas Comunitat Valenciana (5-7 noviembre)

4 periodistas provenientes de USA junto con el técnico de la OET de Nueva York visitaron la Comunitat Valenciana de norte a sur. Comenzando por la ciudad de València para posteriormente subir a la provincia de Castellón (Vilafamés, Morella y Peñíscola) Costa Blanca (Denia y Alcoy) y terminando en la provincia de València (Bocairent y Xàtiva).

► **FRANCIA**

Press Trip revista Voyages (23-26 abril)

La nueva revista de viajes, VOYAGES, es la encargada de realizar un reportaje fotográfico sobre València y el Arroz. Para ello se desplazaron la Redactora Jefa, Nathalie MOREAU y un fotógrafo.

Press Trip Transavia (26-27 mayo)

Press trip en colaboración con la OET de París con motivo de la nueva conexión de Transavia entre París y Alicante.

Press trip Misteri d'Elx (26-29 octubre)

Press trip con periodistas franceses (mayoritariamente de Lyon) que tuvo lugar entre el 26 y el 29 de octubre coincidiendo con las representaciones extraordinarias (en los años pares) del Misteri d'Elx.

Blogtrip turismo familiar (20-23 octubre)

La familia bloguera de Trip and Twins visitó la Comunitat Valenciana, en concreto los municipios de Alborache, Calpe, Benidorm, Ibi (Hotel del Juguete) y Elche. En la actividad participó también el Club de Producto Tour & Kids.

TRIP AND TWINS

BLOG VOYAGES EN FAMILLE

VOYAGER EN FAMILLE
DESTINATIONS ▾
ADRESSES KID FRIENDLY
JOLIE GIRONDE
TRIPS SANS TWINS



Espagne – Alicante en famille : 8 adresses kid friendly

EUROPE. KID FRIENDLY / DIMANCHE, OCTOBRE 28TH, 2018

Bienvenue !

Nous sommes Solen & James, nous voyageons chaque année pendant plusieurs mois avec nos p'tits blonds, des jumeaux de 3 ans fans de Pat Patrouille et de dralaenne.



Pour en savoir plus sur le blog & nous

Press trip Benidorm Cosmopolita (16-18 octubre)

Viaje de influencers italianos y franceses para conocer la oferta de actividades de Benidorm para un turista de perfil activo.

Press trip Campeonato Trail World Championship-Castellón - UK, FRANCIA, DINAMARCA (10-14 mayo)

Viaje de prensa que reunió a 4 periodistas de los medios franceses Endurance Mag, V2Run, el británico Run247 y el danés <http://lobemagasinet.dk>, con motivo del World Cup Trail celebrado en Penyagolosa.

► **CHINA**

Press trip turismo y deporte China (23-27 de septiembre)

El objetivo de esta acción promocional fue mostrar el turismo de compras, gastronómico, cultural y deportivo de la Comunitat Valenciana.

► **IRLANDA**

Press trip revista Galway Now - CB - IRLANDA (14-17 junio)

Viaje de prensa organizado para la periodista Lauragh Queen con el objeto de hacer un reportaje sobre Denia y alrededores. Se contó con la participación de la OET de Dublín.

Fam trip TTOO Golf Irlanda y prensa USA - IRLANDA - USA (12-15 noviembre)

Viaje dedicado al producto golf en la Costa Blanca en el que tomaron parte 2 periodistas estadounidenses, cuatro turoperadores y un periodista irlandés. Esta acción contó con la coordinación de la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca y Comunitat Valenciana, así como con la participación del Patronato Turismo Costa Blanca y las OETS de Chicago y Dublín.



▶ **MÉXICO**

Press trip revista Golf & Spa lifestyle - MÉXICO (22-26 octubre)

Viaje organizado a petición de la OET de Méjico para la revista Golf & Spa Lifestyle en el que participó la periodista Jessica Rogdríguez. Las visitas se centraron en la oferta de golf, lujo, shopping de València y Denia y contó con la participación de Turismo València y Denia Turismo.

▶ **ALEMANIA**

Fam trip TTOO Golf - ALEMANIA (26-29 noviembre)

Viaje dedicado al producto golf en la Costa Blanca en el que tomaron parte 10 turoperadores alemanes. Esta acción contó con la coordinación de la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca y Comunitat Valenciana, así como con la participación del Patronato Turismo Costa Blanca y la OET de Munich.

7.4. ACCIONES OFFLINE

▶ **FRANCIA**

Inserción publicitaria revista LOCATOIR - enero

▶ **CHINA**

Catálogo Experiencias China (abril)

Creación de un folleto de experiencias enfocado al mercado chino y en general al turista.

▶ **ALEMANIA**

Revista Colores de España - marzo

Inserción que se realizó en la revista Colores de España y fue lanzada en la ITB de Berlín. Las temáticas que se publicaron fueron turismo familiar y LGBT.

▶ **IRLANDA**

Colaboración con la revista irlandesa Destination Golf Spain

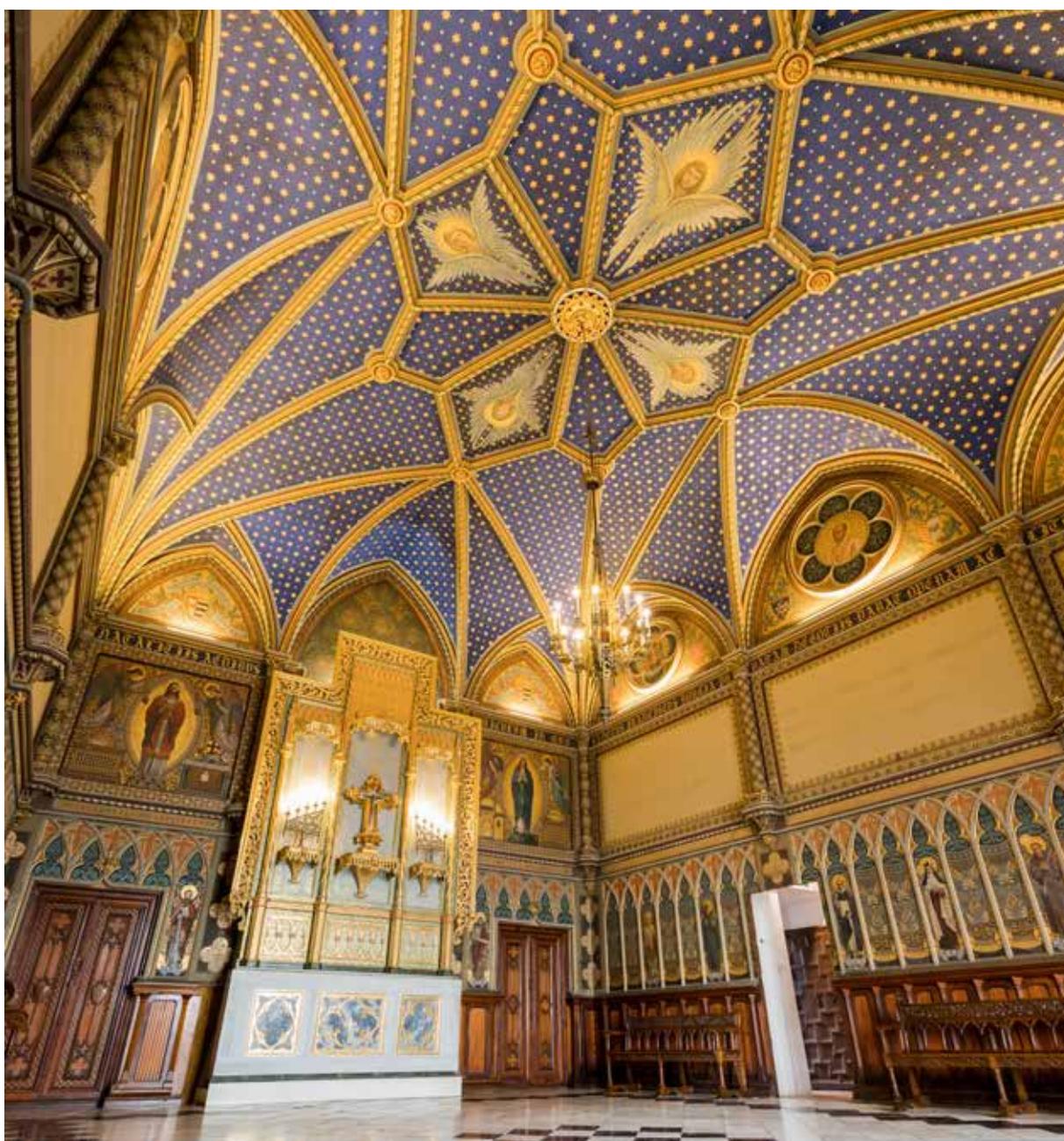
Revista irlandesa que sirve de referencia a la OET de Dublín para su utilización como guía de golf de España. Recoge los campos de Andalucía, Murcia, Cataluña, Baleares, Canarias y Comunitat Valenciana.

7.5. ACCIONES DIRIGIDAS AL PÚBLICO FINAL

► ESPAÑA

Acción Copa Davis - València (6-8 abril)

Con motivo de la eliminatoria de Copa Davis que se celebró entre España-Alemania en la Plaza de Toros de València se instaló una carpa informativa en los exteriores de la Plaza de Toros con material promocional de la Comunitat Valenciana.



Concierto Mano a Mano - Buñol (18 agosto)

Montaje de una carpa en la que se distribuyó información turística. La carpa se ubicó junto al Auditorio Municipal San Luis, donde se celebró el prestigioso concierto "Mano a Mano" en donde se encuentran las dos conocidas bandas de la localidad.

Espai territori Borja en Gandía (29 septiembre-1 octubre)

Asistencia con un espacio expositivo promocional al evento "Espai Territori Borja", dentro del programa de la "Fira i Festes de Gandia", organizado por el Ayuntamiento de Gandia. Tuvo lugar en la Plaza Escola Pía de Gandia.

▶ ITALIA**Día Mundial de la Tapa de Milán (21 junio)**

Acción en Milán para dar a conocer y poner en valor los elementos diferenciales de la gastronomía de la Comunitat Valenciana.

▶ NORUEGA**Degustación de paella (Oslo, 25 de agosto)**

Degustación de paella en el centro de Oslo. La OET instaló un punto de información donde se distribuyó material de la Comunitat Valenciana y se colocaron diferentes lonas con la marca turística.



8. ACTIVIDADES EN PRODUCTO Y TERRITORIO

8.1. PROGRAMA CREATURISME

Turisme Comunitat Valenciana ha continuado en 2018, a través del Servicio de Producto y Territorio, la estrategia CreaTurisme para el impulso y desarrollo de nuevos productos turísticos experienciales, desestacionalizadores y sostenibles en sus tres vertientes (económica, social y medioambiental) que complementen a aquellos considerados básicos del portafolio de la Comunitat Valenciana.

Esta nueva propuesta de posicionamiento se desarrolla bajo la triple perspectiva de la vertebración territorial, la organización operativa y la orientación al mercado, manteniendo el posicionamiento turístico de la Comunitat Valenciana basado en el concepto de "Mediterráneo en Vivo".

El impulso de dichos productos requiere reforzar la coordinación, movilización, sensibilización, formación, marketing y organización de las empresas del sector turístico, los agentes territoriales y resto de operadores a todos los niveles con el fin de que sean capaces de crear y poner en el mercado productos experienciales consumibles coherentes con el posicionamiento del destino y que favorezcan un desarrollo sostenible de la Comunitat Valenciana.

Para ello, en 2018 se licitó la contratación de tres empresas que dieran apoyo al Servicio de Promoción y Producto y que ejercieran las labores de secretarías técnicas para los siguientes grupos de productos:

- ▶ Secretaría Técnica de Mediterráneo Activo y Deportivo
- ▶ Secretaría Técnica de Mediterráneo Cultural
- ▶ Secretaría Técnica de Mediterráneo Rural-Natural

Desde su contratación las secretarías técnicas han desarrollado las siguientes acciones:

- ▶ **Análisis:** diagnóstico de cada uno de los productos, estudios de benchmarking, análisis de destinos competidores y detección de buenas prácticas.
- ▶ **Encuestas a empresas** del sector con el objetivo de definir con precisión las necesidades de los distintos subsectores para cada producto y por lo tanto los requisitos que deben cumplir los programas de acción que se ejecuten para el impulso del sector.
- ▶ **Reuniones informativas** con el sector: Se ha contactado con más de 800 empresas, invitándolas a participar en el proceso de definición de los programas de producto. Se han organizado reuniones de sensibilización y diagnóstico de cada línea de producto en las tres provincias.

30/10/2018. Presentación del proyecto Creaturisme en València.

6/11/2018. Presentación proyecto Creaturisme Alicante.

9/11/2018 Presentación proyecto Creaturisme en Castellón.

► **Contenidos para la web <https://creaturisme.comunitatvalenciana.com>.** En esta web se ofrece información sobre las secretarías técnicas y los requisitos de cada uno de los productos está disponible.

► **Grupos de trabajo** organizados con el sector para cada producto turístico. Con el fin de identificar a las empresas que reúnan unos requisitos mínimos de calidad y competitividad, se han creado grupos de trabajo para establecer estos requisitos mínimos. En estos grupos de trabajo participan activamente más de 190 empresas.

A. En Mediterráneo rural y natural se han formado 5 grupos de trabajo (enoturismo, pescaturismo, ecoturismo-Parques Naturales, agroturismo-oleoturismo y birding), celebrando reuniones en:

4/12/2018 Enoturismo en València.

11/12/2018 Agroturismo, Oleoturismo, y Pescaturismo en València.

12/12/2018 Pescaturisme en València.

12/12/2018 Ecoturismo y Parques Naturales en València.

12/12/2018 Birding en València.

B. En Mediterráneo activo otros 5 grupos (turismo activo en espacios de interior, cicloturismo, turismo náutico y actividades acuáticas en mar, buceo y turismo deportivo). Las reuniones de náutico acuáticas, buceo y deportivo tuvieron lugar los primeros días de enero 2019.

18/12/2018 Espacios de Interior en Cofrentes.

19/12/2018 Cicloturismo en Torres Torres.

C. En Mediterráneo cultural 4 (Territorio Borgia, Ruta del Grial, 3 de Ruta de la Seda y Camins de Dinosaurios) reunidas en:

15/11/2018 Ruta Territorio Borgia en Gandía.

20/11/2018 Ruta del Grial en Segorbe.

26/11/2018 Camins de Dinosaurios en Elche.

12/12/2018 Ruta de la Seda en el CdT de València.

8.2. EXPERIENCIAS CV

En las reuniones mencionadas se volvió a invitar a las empresas del sector a participar en el proyecto ExperienciasCV iniciado en 2017, y que constituye una plataforma abierta de experiencias turísticas donde promocionar y poner en el mercado las propuestas creadas por las propias empresas. Esta plataforma tiene con el objetivo de dar visibilidad al ecosistema de productos (oferta experiencial) complementarios a los productos básicos del portafolio de la Comunitat Valenciana.

En 2018, por segundo año consecutivo y como máximo exponente de la estrategia de producto, se ha mejorado la herramienta permitiendo la edición continua y directa por parte de las empresas turísticas, pero manteniendo el control y revisión por Turisme Comunitat Valenciana. Estas mejoras han facilitado la actualización y ampliación de las propuestas publicadas, superando las 450 experiencias.

Al finales del año 2018 se ha impulsado la actualización de la información de la plataforma Experiencias CV para asegurar la validez de las propuestas durante el año 2019. Esta plataforma incluye todos aquellos servicios que han sido cargados por las propias empresas de la Comunitat Valenciana con información actualizada para el periodo 2019 en tres idiomas (castellano, valenciano e inglés). Al igual que en períodos anteriores, la información de la plataforma se publica en soportes online y offline.

■ 8.2.1. Material Offline

Edición y publicación de folletos, en diciembre 2018, de 3.000 ejemplares de cada uno de los cuatro catálogos temáticos con una amplia selección de experiencias en castellano e inglés (con el objetivo de difundirlos en los certámenes nacionales e internacionales en los que participe Turisme Comunitat Valenciana) bajo los siguientes títulos:

- ▶ Mediterráneo Activo: 123 experiencias
- ▶ Mediterráneo Cultural: 62 experiencias
- ▶ Mediterráneo Rural-Natural: 67 experiencias
- ▶ Mediterráneo Gastronómico: 41 experiencias

■ 8.2.2. Material online

Los soportes online de la plataforma ExperienciasCV incluyen la totalidad de las experiencias publicadas por las empresas, superando las 450 a 31 de diciembre de 2018, 100 más que en el 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

Además de estos materiales online desde el Servicio de Producto y Territorio se ha mantenido la colaboración con el Servicio de Marketing Online y Publicidad para el desarrollo de webs temáticas de producto, denominadas websites de producto.

■ 8.2.3. Microsites de producto

Se ha continuado desarrollando 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. También están vinculadas con la web de Experienciascv.com ya que incluyen sus ofertas experienciales correspondientes con la temática del microsite. Y por último incluyen un blog donde se abre la participación al sector turístico.

Hasta el momento se han publicado dos microsites completas (cicloturismo y Ruta de la Seda), otras dos parciales (buceo y birding) y se han creando y adaptando contenidos para la Ruta del Grial o Territorio Borgia, que están en fase de montaje. Así mismo y fruto de una colaboración con Cataluña se ha publicado una web dedicada al oleoturismo en la Mancomunitat Taula del Sénia bajo la url <https://www.oliveresmillenaries.com>

8.3. ACCIONES DESARROLLADAS POR PRODUCTOS

Hay que reseñar que en 2018 ha sido la tercera vez que el producto turístico ha tenido presencia en Fitur, contando con un espacio con mostradores tematizados para cada uno de los cuatro grupos de producto, así como mesas de reunión, las cuales fueron atendidos por coexpositores (empresas del sector). Durante los días profesionales se realizaron más de 280 reuniones en el espacio de producto.

■ 8.3.1. Mediterráneo Activo/Deportivo

A. Ferias especializadas:

▶ NÁUTICO Y ACUÁTICO

- **Boot:** visita de inspección con agenda de reuniones, del 26 al 27 de enero de 2018 en Düsseldorf (Alemania), a la mayor feria de turismo náutico y actividades acuáticas de Europa, que celebró su 49 edición con el objetivo de valorar la conveniencia de incorporar este certamen al Plan de Marketing 2019.
- **Medsea:** del 16 al 18 de marzo de 2018 en IFA Alicante. Segunda edición de esta feria de turismo náutico y actividades acuáticas, dirigida a público final y en la que se participó con un stand de Turismo Comunitat Valenciana, en el que estuvieron representadas asociaciones del sector como CV Activa, la Asociación de Centros de Buceo de la Comunitat Valenciana, la Agrupación de Puertos Deportivos y Turísticos de la Comunitat Valenciana y otras agrupaciones empresariales.
- **Salón Náutico de Dénia:** el 27 de abril de 2018 en Marina de Dénia. Asistencia de inspección a este certamen para establecer contacto con organizadores y gestores del destino y valorar la conveniencia de incorporar este certamen al Plan de Marketing 2019.

▶ BUCEO

- **Madrid Azul** (antes Dive Travel Show): del 16 al 18 de febrero de 2018 en Madrid. Principal feria de buceo en España dirigida a público. Se participó con stand propio contando como co-expositores con los principales destinos de buceo de la Comunitat (Xàbia y Benidorm), con la Asociación de Centros de Buceo de la Comunitat Valenciana y con agrupaciones empresariales del sector.
- **Salón de la Inmersión:** el 23 de febrero de 2018 en Cornellá (Barcelona). Visita de inspección con agenda de reuniones a esta feria de buceo para valorar la conveniencia de incorporar este certamen al Plan de Marketing 2019. En el marco de esta feria Turisme Comunitat Valenciana participó en el programa de radio Al Otro Lado del Espejo, para promocionar los destinos de la Comunitat Valenciana.

- **Dive:** el 27 y 28 de octubre de 2018 en Birmingham (Reino Unido). Esta feria es la más relevante en turismo de buceo en Reino Unido y una de las más importantes de Europa. A raíz del éxito de la primera participación de Turisme Comunitat Valenciana con stand propio en 2017, en 2018 se vuelve a asistir con stand y agenda de reuniones, teniendo como co-expositores a Benidorm y a la Asociación de Centros de Buceo de la Comunitat Valenciana. Turespaña adquiere el compromiso de incorporar este certamen a su Plan de Ferias de 2019.

► **DEPORTIVO**

- **Stands en 3 premios Moto GP:** en Assen (Holanda) Sachsenring (Alemania) y Silverstone (Reino Unido) de junio a agosto. Acuerdo de colaboración con los organizadores de la competición, por el que se ofrecía gratuitamente el espacio para carpa informativa. Turisme contó con un stand en la zona del “Village” desde donde se distribuyó material promocional. En el Gran Premio de Silverstone se contó con la colaboración de Visit Benidorm, quien estuvo a cargo de la atención del stand.

► **CICLOTURISMO**

- **Fiets en Wandelbeurs:** del 10 al 11 febrero 2018 en Gante (Bélgica). Participación en el stand de Turespaña. Feria de referencia en torno al cicloturismo y turismo al aire libre en Bélgica, Holanda y Luxemburgo.
- **Argus Bike Festival:** del 14 al 15 abril de 2018 en Viena. Participación en el stand de Turespaña. Feria más importante del país en ciclismo y una de las más importantes de Europa.
- **II Bicifest:** del 19 al 20 de mayo en València. Participación con una carpa desde donde se difundió información turística de la Comunitat Valenciana. Integrada dentro del proyecto València Ciutat Amable se realizaron actividades abiertas al público para acercar el mundo de la bicicleta. La acción tuvo lugar en el antiguo cauce del río Turia en el tramo IX entre los puentes de la exposición y de las flores.
- **València Bike’s:** del 16 al 18 de noviembre en València. Feria referente de Cicloturismo en la Comunitat Valenciana. Se participó con stand propio de 40 m2 desde donde se ofreció información sobre toda la oferta cicloturística de la Comunitat Valenciana. Tiene presencia como coexpositores en el stand: Castellón Mediterráneo y la asociación de empresas de turismo activo CV Activa.

► **ACTIVO**

- **Expotur:** del 1 al 4 noviembre de 2018 en Madrid. Participación con stand propio en esta primera edición que se constituye en la primera especializada en “Feria de la Naturaleza, el Clima y el Turismo Sostenible”.
- **Photo+Adventure:** del 24 al 28 de noviembre en Viena (Austria). Participación por primera vez en este certamen en el stand de Turespaña. Feria orientada a destinos de aventura y al mundo de la fotografía de naturaleza.



► ECUESTRE

- **Feria Internacional Turismo Ecuestre:** 28 de octubre de 2018 en Córdoba. Asistencia en modo inspección, con agenda de reuniones con organizadores del evento y gestores del destino y visita de instalaciones ecuestres para detectar buenas prácticas.

B. Acciones con prescriptores especializados:

► BUCEO

- **Press trip para la revista británica DIVER:** agosto-septiembre 2018 en diferentes destinos de las provincias de Alicante y Castellón. Se repite la colaboración de Turisme con esta revista, la más relevante en turismo de buceo en Reino Unido, aportando ésta la coordinación del viaje. En octubre la revista publicó el artículo de 5 páginas "Road Trip in Spain" donde mencionó destinos y empresas colaboradoras. Este número se distribuyó gratuitamente a los asistentes de la feria Dive Birmingham, donde Turisme Comunitat Valenciana contó con stand propio.
- **Press Trip para la revista alemana TAUCHEN** incluido en el Plan Operativo de Turespaña: del 3 al 12 de octubre. Elaboración del programa del viaje y coordinación de su ejecución, en esta primera colaboración con esta revista, que es la más relevante en viajes de buceo de Alemania. Se visitan destinos de buceo de las tres provincias de la Comunitat (Alicante, Vila Joiosa, Altea, Calpe, Xàbia, Castellón) y se incluye visitas a las tres Reservas Marinas de la Comunitat, para lo que se ha contado con la colaboración de los destinos y los centros de buceo. Los artículos resultantes se publicarán en 2019.

- **Press trip para revistas francesas, alemanas y británicas:** para las revistas francesas PLONGEZ (la más relevante en Francia) y SUBACQUA (revista de la federación de clubes de buceo), la alemana UNTERWASSER (segunda en importancia, tras TAUCHEN) y la británica SCUBA (segunda en importancia tras DIVER): acción incluida en el Plan Operativo de Turespaña y que tuvo lugar del 14 al 20 de septiembre. Elaboración del programa del viaje y coordinación de su ejecución, para lo que se contó con la colaboración de Visit Benidorm, y que recorrió los principales destinos de buceo de la provincia de Alicante. Primera coración con estos medios. Los artículos resultantes se publicarán a lo largo de 2019.

▶ **DEPORTIVO**

- **Fam trip para operadores franceses y rusos:** acción incluida en el Plan Operativo de Turespaña y que tuvo lugar del 25 al 28 de octubre. Colaboración puntual con Visit València y con Turismo de Castellón, quienes elaboraron el programa y ejecutaron el viaje.
Se visitaron instalaciones deportivas especializadas en fútbol, baloncesto y náutica, así como alojamiento especializado en ofrecer estancias de entrenamiento deportivo.

▶ **CICLOTURISMO**

- **Press trip con turoperadores alemanes especializados en cicloturismo, senderismo y BTT:**
Coordinación de la acción llevada a cabo por Castellón Mediterráneo y Turismo Valencia.

C. Otras acciones promocionales:

▶ **NÁUTICO, ACUÁTIVO Y BUCEO**

- **“Talleres de Competitividad de turismo activo en el mar”:** cuatro jornadas formativas dirigidas a las empresas turísticas del sector organizadas por Cámaras de Comercio de València, Torrevieja y Castellón. Selección de contenidos y ponentes.
- **Reuniones con departamentos** de la Generalitat: Subdirección General de Puertos.
- **Reuniones con sector:** Asociación de Centros de Buceo de la Comunitat Valenciana; Agrupación de Puertos Deportivos y Turísticos de la Comunitat Valenciana; Federación Valenciana de Vela y Federación Valenciana de Actividades Subacuáticas.

▶ **CICLOTURISMO**

- **I Jornadas de Cicloturismo:** del 22 al 23 marzo en Sitges. Participación.
- **II Jornadas de Cicloturismo:** el 29 de noviembre en Alcoy. Organización junto con el Ayuntamiento de Alcoy y Bikefriendly. Participación mostrando la actividad de CreaTurisme en este segmento, vídeo de cicloturismo y realización de una entrevista en radio.
- **Reuniones de coordinación** con Conselleria de vivienda, obras públicas y vertebración del territorio sobre Eurovelo: 8 reuniones.

► **ECUESTRE**

- **Jornadas Municipales de Turismo Ecuestre en la Comunitat Valenciana:** el 13 de septiembre en Yátova. Participación como ponente con intervención sobre la promoción del turismo ecuestre en la Comunitat Valenciana.
- **Reuniones de coordinación** con: asociaciones sectoriales (PRECVAL), destinos (Ademuz) y empresas del sector.

D. Materiales para la promoción turística:

► **BUCEO**

- **Preparación y generación de contenidos** para el microsite de buceo.
- **Flyer Centros de Buceo:** Edición e impresión de flyer con listado de centros de buceo de la Comunitat Valenciana, para su distribución en ferias especializadas.
- **Creación de vídeo experiencial sobre buceo** con la utilización de drones y el uso de la tecnología time lapse.

► **ACTIVO**

- **Folleto Turismo Activo y Naturaleza:** Reimpresión en castellano, inglés y alemán.
- **Vídeos:** Creación de 9 vídeos 360 con imágenes de vías ferrata, espeleo kayak, senderismo, rafting, barranquismo, multiaventura, kayak de mar, paddel surf, coastering.
- **Creación de un vídeo experiencial sobre actividades nauticas** con la utilización de drones y el uso de la tecnología time lapse.

► **CICLOTURISMO**

- **Folleto Vías Verdes Comunitat Valenciana.** Impresión en castellano, francés, inglés y alemán.
- **Guía Cicloturismo:** Reimpresión en alemán y francés.
- **Microsite Cicloturismo cicloturismo.comunitatvalenciana.com:** Generación de contenidos y publicación del site, que actualmente recibe más de 100 visitas mensuales.
- **Creación de vídeo experiencial sobre cicloturismo** con la utilización de drones y el uso de la tecnología time lapse.

► **ECUESTRE**

- **Traducción del desplegable "Turismo Ecuestre en la Comunitat Valenciana"** a inglés y valenciano.

■ 8.3.2. Mediterráneo Turismo Natural y Rural

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

A. Ferias especializadas

▶ TURISMO ORNITOLÓGICO

- **FIO**: asistencia a la feria del 23 al 25 de febrero de 2018 con la oferta de birdwatching de las empresas de la Comunitat Valenciana, así como participación en la bolsa de contratación que se organiza durante la feria entre turoperadores del producto y los expositores.
- **MadBird** (junio): en 2018 se ha asistido a esta feria que se realiza en el centro de Madrid. Se trata de una feria de público.
- **British Birdfair** (agosto): la Comunitat Valenciana asiste a este certamen (el más importante de cuantos se celebran dedicados a la ornitología) bajo el paraguas de Turespaña, junto a otras comunidades autónomas, ya que no disponemos de stand propio.
- **Delta Birding Festival** (septiembre): se asiste a este festival que se realiza en septiembre en las instalaciones de Món Natura, en pleno parque natural del Delta de l'Ebre. Se trata de un certámen muy especializado y dirigido a los aficionados a la observación de aves.

▶ RURAL/ECOTURISMO:

- **Expotural**, feria dedicada al turismo de naturaleza. Madrid, 1 al 4 de noviembre.

B. Acciones con prescriptores especializados

▶ TURISMO ORNITOLÓGICO

- Fam trip con operadores procedentes de Oslo y Copenhague del 25 al 28 de septiembre. El fam trip se centró en mostrar los principales lugares para la observación de aves de la provincia de Alicante.

► ECOTURISMO

- **Fam trip dirigido a periodistas y operadores franceses y belgas de senderismo interpretativo** sobre el territorio de Castellón: arte rupestre, oliveres mil·lenàries, serra d'Irta, castillos templarios, Peníscola. Del 25 al 28 de octubre. En colaboración con Aneta (Asociación Nacional de Turismo Activo), Turespaña y Patronato turismo de Castellón.
- **Fam trip "Turismo responsable"** dirigido a operadores holandeses por la provincia de Castellón, del 1 al 4 de octubre; senderismo interpretativo Parc Natural Tinença de Benifassà, agroturismo, oliveres mil·lenàries y multiactividad en el embalse de la Alcora. En colaboración con Aneta, Turespaña y Patronato de Turismo de Castellón.



▶ **SENDERISMO**

- **Blog trip dirigido al mercado alemán sobre senderismo:** el blog trip se centró en recorrer tramos de senderos de pequeño recorrido que ofrecen la oportunidad de visitar diferentes enclaves de gran valor patrimonial natural y ambiental como es la ruta de los molinos de Alborache, el Barranco Moreno y la cueva de la Araña, el acueducto romano de Piedra Cortada, el parque natural Puebla de San Miguel, el río Bohilgues, y también la observación de aves y observación astronómica, en el Alto Túria. Se realizó entre el 30 de septiembre y el 4 de octubre de 2018.

▶ **RURAL**

- **Press trip para la Asociación Valenciana de Periodistas y Escritores de Turismo de la Comunitat Valenciana:** se organizaron dos viajes a diferentes destinos de la provincia de Castellón y València que generaron artículos en diferentes medios de comunicación online y offline de carácter regional.

G. Otras acciones promocionales:

▶ **TURISMO ORNITOLÓGICO**

- Organización de **cursos de formación dirigidos al personal del sector turístico** para que conozcan el producto de turismo ornitológico. En este caso, se realizó una actividad formativa en el Cdt de València y otra en Quesa, organizada por el Cdt de interior.
- **Humedales del Sur de Alicante Birding Festival.** Torrevieja. Del 26 al 29 de octubre.
Este evento fue promovido por Turisme Comunitat Valenciana y organizado por Turisme Comunitat Valenciana, con la colaboración del Ayuntamiento de Torrevieja y el Servicio de Gestión de Espacios Naturales Protegidos (Parques Naturales de la Comunitat Valenciana) de la Generalitat.
El Festival Humedales del Sur, contó con varias acciones distribuidas durante los tres días que duró el evento, dedicando el primero de ellos, viernes 26 de octubre, a la celebración de las II Jornada de Turismo Ornitológico de la Comunitat Valenciana, jornada celebrada en el Cdt de Torrevieja, dirigida al sector del turismo ornitológico valenciano, empresas, entidades locales, asociaciones conservacionistas, oficinas de turismo, que contó con la participación en las diferentes mesas de debate de representantes del sector del turismo ornitológico y también de la administración turística local y autonómica. También con presencia de representantes de otras CCAA.
El evento dirigido al público general, se celebró en la explanada del Centro de Interpretación del Parque Natural de la Mata-Torrevieja el Humedales del Sur de Alicante Birding Festival, con el montaje de 18 carpas para expositores, una carpa grande para conferencias y una zona de talleres. Un total de 42 entidades participaron como expositores en el Birding Festival de Humedales del sur de Alicante.
- Asistencia al **I Congreso nacional de Turismo Ornitológico** que se celebró en noviembre en Madrid en el seno de la celebración de la feria Expotur, dedicada al turismo de naturaleza.

▶ AGROTURISMO

- Participación en cursos de formación de Agroturismo organizados por la Conselleria de Agricultura en Oropesa, Quesa, Bocairent y Chelva.

▶ ECOTURISMO

- Presentación sobre el ecoturismo en la Comunitat Valenciana para el III Congreso Nacional de Ecoturismo en España que se celebró en Asturias en noviembre.
- Redacción de contenidos para artículo sobre experiencias en ecoturismo para la revista Oxígeno.

▶ CAMINS DE DINOSAURES - TURISMO PALEONTOLÓGICO

- Proyección proyecto Camins de dinosaures en CAC con motivo de la exposición Els nostres dinosaures. Se colocó un panel informativo, flyers en tres idiomas (castellano, valenciano e inglés) y también vídeo Camins de dinosaures, desde abril hasta diciembre de 2018.

▶ OLEOTURISMO - OLIVERES MIL.LENÀRIES

- Fruto del convenio de colaboración con la Generalitat de Catalunya, durante 2018 se han llevado a cabo los compromisos adquiridos por Turisme Comunitat Valenciana para el desarrollo del producto de Oliveres Mil.lenàries en el Territori del Sénia. Para ello se ha puesto en marcha una microsite que recoge todos los recursos asociados a dicho producto, así como las experiencias que se elaboraron a propósito durante el inicio del proyecto. Durante 2018 se han mantenido diversas reuniones con los gestores de la Mancomunitat Taula del Sénia, así como con representantes de la diputación de Tarragona y la Agència Catalana de Turisme.
- Elaboración de un vídeo experiencial sobre Oliveres mil.lenàries.

▶ ARTE RUPESTRE

- Participación como ponente en el Congreso "Arte Rupestre del Arco Mediterráneo de la península ibérica", en Alcoi. Participación en la jornada sobre desarrollo de productos turísticos en entornos forestales de la Comunitat Valenciana: arte rupestre, en Bicorp.
- Coordinación con la Universitat de València para el desarrollo del producto turístico ligado al arte rupestre valenciano fruto del convenio de colaboración con Turisme Comunitat Valenciana.

▶ RURAL

- **Exposición itinerante Paisatges Valencians:** organización de una exposición de fotografías de paisajes de la Comunitat Valenciana en 3 sedes: la Ermita de la Sagrada Família en La Vall d'Uixó, el MUMA de Alzira y el MUPA de Aldaia. Estas fotografías forman parte de la colección de imágenes fotográficas de paisajes valencianos producida en el marco del convenio de colaboración entre Turisme Comunitat Valenciana y la Universitat de València para el fomento de la investigación y la innovación en el sector turístico valenciano suscrito por ambas partes el 16 de abril de 2018.

- Fruto del “Análisis y desarrollo de la estrategia de adaptación de la oferta de alojamiento en el entorno rural de la Comunitat Valenciana a las nuevas tendencias y demandas del mercado turístico”, en 2018 se ha procedido a la difusión y presentación del “Manual del empresario de turismo rural” en Albocàsser, Yátova y Alcoi. Estas presentaciones se incardinan en las jornadas de competitividad turística organizadas entre Turisme y Cámara de Comercio sobre alojamiento en el medio rural.
- Participación en el programa de radio de À Punt Media “Samaruc Digital” dedicado al turismo de interior de la Comunitat Valenciana

D. Materiales para la promoción turística:

▶ **SENDERISMO:**

- Elaboración de contenidos y mapa de senderos de la Comunitat Valenciana para posterior edición mapa desplegable. El mapa contiene información detallada sobre los senderos de gran recorrido que atraviesan el territorio.

▶ **TURISMO ORNITOLÓGICO**

- Compra de ilustraciones de aves para merchandising relacionado con el turismo ornitológico. Se han comprado un total de 30 ilustraciones que se corresponden con las aves más características de cuantas se pueden observar en la Comunitat Valenciana.
- Compra de material gráfico para ferias y otro tipo de material promocional: imágenes de aves características de la avifauna de la Comunitat Valenciana.
- Elaboración de una mini guía de aves de la Comunitat Valenciana para su posterior edición como material divulgativo de apoyo en acciones promocionales. La mini guía incluye la descripción de 100 aves características de la Comunitat Valenciana.
- Elaboración de un flyer con las empresas de turismo ornitológico de la Comunitat Valenciana para llevar a ferias
- Redacción de contenidos para artículos medios comunicación especializados sobre turismo ornitológico
- Vídeo experiencial y promocional de turismo ornitológico en la Comunitat Valenciana con uso de drones y tecnología timelapse.
- Elaboración de la microsite dedicada al birding

▶ **CAMINS DE DINOSAURES**

- Reedición de flyers para distribución en exposición de CAC “Els nostres dinosaures”

▶ **AGROTURISMO**

- Creación de vídeo experiencial sobre agroturismo con uso de drones y tecnología time lapse.

■ 8.3.3. Mediterráneo Cultural: Itinerarios, Rutas y Redes Culturales

A. Ferias especializadas

▶ RUTA DE LOS BORJA

- **I Feria Turística de los Borja, Gandía.** Organizada en septiembre junto con el ayuntamiento de la localidad, en ella expusieron todos los municipios que conforman este territorio su material turístico para dar a conocer todos sus recursos.

B. Acciones con prescriptores

▶ RUTA DE LA SEDA

- **Press Trip organizado para el programa de televisión Agrosfera de La 2** para grabar un capítulo dedicado a la Ruta de la Seda valenciana. Se les facilitó información sobre la Ruta de la Seda, contactos y propuestas de lugares para filmar. El programa, bajo el título de "L'Horta Nord y L'Horta Sud, València. Por la Ruta de la Seda" fue emitido el día 2 de junio de 2018 como resultado de una gestión directa en Fitur.
- **Vista guiada de la Ruta de la Seda** a las 27 personas de las 7 delegaciones presentes en el Silk Corner de la feria Gastrónoma, procedentes de la red de ciudades creativas de gastronomía de la UNESCO. Las delegaciones procedían de China (2), Suecia, Japón, Turquía, Corea del Sur y de la propia Comunitat Valenciana (Denia). Día 12 de noviembre.
- **Fam-trip con la periodista americana freelance Margarita Gokun Silver.** Colaboración en la organización, documentación e información.

▶ IDIOMÁTICO

- **Fam Trip con el operador EF Educational Trips.** Reunión y organización de agenda para el vicepresidente de la empresa a nivel mundial, durante el mes de junio, con el objetivo de que conociera la ciudad de València y la oferta experiencial existente dado su gran interés en organizar estancias en València, especialmente con estudiantes norteamericanos.
- **Fam-trip de agentes idiomáticos, del 3 al 6 de octubre,** en colaboración con FEDELE, integrado por 8 agentes que ofrecen estancias lingüísticas para aprender español, procedentes de Holanda, Corea del sur, Italia, Ucrania, Tailandia y Alemania. Se visitaron los municipios de Alicante, Elche, Denia, Picassent, València y Castellón.

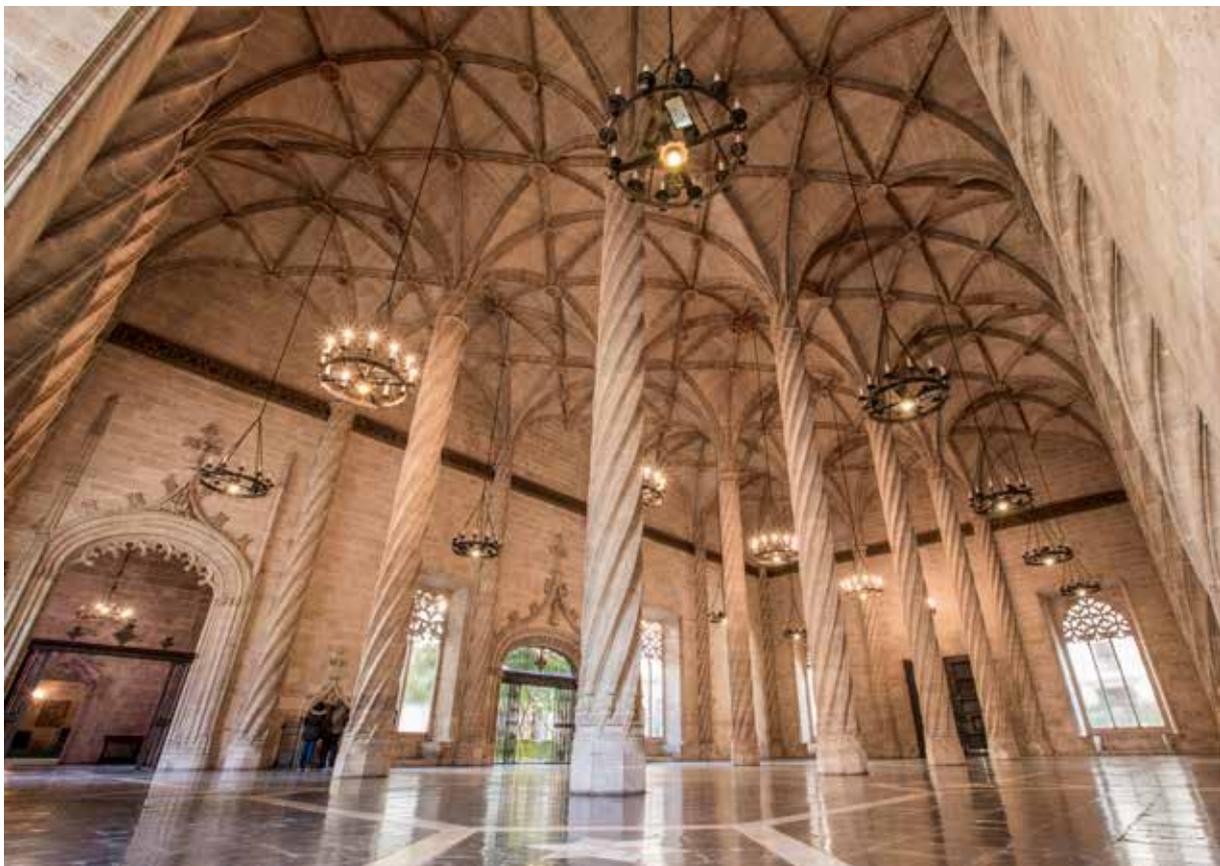
- **Fam-trip del 28 de noviembre al 1 de diciembre** con la participación de 12 profesores de escuelas de español que organizan cursos en España, procedentes de Brasil, China, EEUU, Holanda, India, Italia, Noruega y Rusia. Se colaboró con Turisme València y se visitaron los municipios de Alicante, Elche, Denia, Picassent, València y Castellón. En el mes de junio, de la mano de la escuela de español para extranjeros Hispania, asociada a FEDELE Comunitat Valenciana, una delegación china de la provincia de Gansu visitó la ciudad de València.

La delegación estaba integrada por cinco rectores y vicerrectores de universidades, acompañados por la secretaria del gobierno de Gansu. La delegación quería conocer el destino para comenzar a enviar estudiantes para aprender español.

Turisme organizó una pequeña recepción de bienvenida en el Colegio del Arte Mayor de la seda.

► **RUTA DE LOS BORJA Y RUTA GRIAL**

- **Fam trip para operadores polacos** en noviembre de 2018. Turoperadores polacos visitaron algunos de los recursos y destinos de la Ruta de los Borja así como de la Ruta del Grial.



► FAM TRIPS PARA MERCADO CHINO

- **Fam trip a operadores, bloggers y periodistas chinos:** en octubre 2018. Los bloggers (en su conjunto contaban con 2 millones de seguidores en redes sociales) publicaron diariamente en la red social china WeChat en tiempo real (equivalente al WhatsApp) y a través de sus blogs más de 300.000 reproducciones del contenido sobre Comunitat Valenciana. Los periodistas publicarán en National Geographic Asia, entre otros medios, sobre turismo en la Comunitat Valenciana y sobre turismo enológico. Se facilitaron contactos con empresas locales que derivaron en acuerdos comerciales.
- **Fam trip a operadores chinos:** en diciembre 2018, en el marco del Plan Operativo de Turespaña. Se realizó una visita a diferentes localidades de la Comunitat, destacando el producto oleoturismo. Se facilitaron contactos con empresas locales que derivaron en acuerdos comerciales.

C. Otras acciones promocionales:

► RUTA DE LA SEDA

- **Exposición en el Corte Inglés de la Ruta de la Seda en miniatura:** En el mes de enero el Corte Inglés organizó una exposición de miniaturas de la Ruta de la Seda en colaboración con el Museo L'Iber. Turisme colaboró facilitando vídeos de la Ruta de la Seda para su proyección durante los días de la exposición y material divulgativo de la Ruta.
- **Día de la seda en el Museo Nacional de Cerámica:** Este museo celebró en mayo el día de la seda, organizando actividades en torno al león de seda. Turisme asistió y colaboró con material divulgativo.
- **Jornadas vivir la seda (UNESCO):** Turisme Comunitat Valenciana firmó un convenio de colaboración con UNESCO, siendo objeto del mismo, entre otros, la realización de las "Jornadas vivir la seda para personas con diversidad funcional". Estas jornadas, en las que participaron ocho centros ocupacionales de distintos puntos de la Comunitat Valenciana, tuvieron lugar los días 7 y 8 de junio. Turisme se implicó presencialmente y colaborando en la organización.
- **Pasarela de las Artes:** Se trata de un evento en el que confluyen diferentes disciplinas artísticas, siendo el eje vertebrador de todas ellas la moda de autor. La pasarela tiene una especial conexión con la seda que va más allá de los desfiles con sedas valencianas. Además de esto, se montan exposiciones de la Ruta de la Seda, se ofrecen charlas, participan países de la ruta, etc... La calidad y la proyección del evento, celebrado en el mes de junio, han hecho que actualmente esté auspiciado por UNESCO. Turisme colaboró con una exposición sobre la Ruta de la Seda y un punto de información.
- **Presentación del Instituto Seda España en Madrid:** El Instituto Seda España, creado en 2018, está presidido por Federico Mayor Zaragoza y tiene como propósito de estrechar lazos entre las zonas y regiones sederas de España y sus equivalentes en otros países por donde transcurren las rutas de la seda históricas, con el objetivo de que sean consideradas rutas de paz. Contando con la colaboración presencial y de organización de Turisme Comunitat Valenciana, el Instituto se presentó el 19 de junio en Madrid ante Embajadores de países de la Ruta de la Seda, representantes de entidades y organismos públicos y privados, fundaciones, empresas y asociaciones de la sociedad civil. Turisme dispuso un punto de información sobre la Ruta de la Seda valenciana y ofreció un cóctel.

► **Declaraciones conjuntas de intenciones/acuerdos internacionales no normativos.**

Turisme Comunitat Valenciana considera que para el cumplimiento de sus fines puede ser de interés desarrollar acuerdos internacionales no normativos. Esto permite conseguir varios objetivos tales como establecer líneas de colaboración para para compartir experiencias, intercambiar conocimientos en gestión turística o fortalecer el intercambio mutuo de información de base estadística o de información específica vinculada a rutas turísticas de interés mutuo, así como la configuración de propuestas turísticas de interés común por su vinculación a recursos existentes en ambos destinos. En definitiva, promover la participación de los agentes turísticos de distintos territorios en proyectos de carácter internacional. En esta línea, durante el año 2018 se promovió la firma de un acuerdo internacional: con el departamento de L'Aude (Francia), con la ciudad de Almaty (Kazajstan) y la región de Samarkanda (Uzbekistán).

- **Departamento de L'Aude (Francia).** Colaboración entre el Departamento de L'Aude y la Generalitat a través de Turisme Comunitat Valenciana para el desarrollo de iniciativas conjuntas e intercambio de información en materia turística, más específicamente de contenido cultural y, en especial, centradas en el legado cántaro. El acuerdo fue firmado por el Presidente de Turisme Comunitat Valenciana, y el primer vicepresidente del departamento de L'Aude, el 12 de noviembre de 2018.

Otras colaboraciones

- **Colaboración en el proyecto de largometraje documental "Los amantes mariposa".** La productora Tres Monstruos presentó un proyecto para realizar un documental que versará sobre el proceso de creación de los artistas, inspirándose en tres ciudades clave de la Ruta de la Seda: Xi'an, Estambul y València, y en la artesanía del teatro de máscaras y de la joyería. El hilo conductor del documental es el cuento tradicional chino "Los amantes mariposa".
Turisme Comunitat Valenciana ha participado en reuniones para conocer con detalle la iniciativa, en las que han participado, además de la productora, representantes del gobierno chino, de joyería de València y de diversas instituciones valencianas.
Se ha colaborado con la productora en la realización de información y contactos para las grabaciones y facilitando información de interés sobre la conexión entre la Ruta de la Seda y la Comunitat Valenciana.
- **Presentación en Madrid de la oferta cultural vinculada a la Ruta de la Seda:** en el mes de junio se realizó una presentación de la oferta cultural dirigida a agentes de viajes y turpoperadores de la Comunidad de Madrid. Tras la presentación, tuvo lugar un concierto de la Ruta de la Seda a cargo de Capella de Ministrers.

- **Task Force UNWTO celebrada en Kayseri (Turquía):** en el mes de junio tuvo lugar en Kayseri (Turquía) la reunión anual de los países del programa de la Ruta de la Seda de la OMT-UNWTO con el objetivo de poner en común las sugerencias y prioridades de los países miembros y avanzar en el Silk Road Action Plan. Turisme Comunitat Valenciana participó ya que además de la invitación para asistir, se le solicitó expresamente una presentación sobre la experiencia de la Comunitat Valenciana en el desarrollo de la Ruta de la Seda explicando las actividades y eventos desarrollados y previstos, ya que en opinión de la OMT la hoja de ruta de València es un buen ejemplo y puede servir de modelo a otros países desarrollados turísticamente pues es considerada como el ejemplo más relevante de Best Practise.
 - **Colaboración con el Museo del Palmito (Aldaia):** se mantuvieron reuniones con los responsables del Museo del Palmito (Aldaia) para tratar sobre su incorporación a la oferta sedera y para impulsar la promoción del recurso. En el mes de julio, el museo celebró una jornada promocional y Turisme llevó a cabo las gestiones para facilitar el montaje de una exposición sobre la Ruta de la Seda además de facilitar material informativo y promocional.
 - **Presentación Instituto Seda España en Valencia:** en el mes de julio en el CDT, colaborando también Turisme en la organización.
 - **Congreso internacional de Museos de Seda,** organizado por el Colegio del Arte Mayor de la Seda (15-17 nov) en el marco del convenio firmado entre el colegio y Turisme Comunitat Valenciana. Primer congreso realizado de este tipo, con el objetivo de conocer y comparar las características de los museos de seda de diferentes lugares del mundo desde una perspectiva multidisciplinar. Desde Turisme, además de asistir, se colaboró en aspectos de la organización del congreso y se colocó un punto de información para los asistentes con material específico tanto de la Ruta de la Seda como de otras rutas u ofertas culturales.
 - **Alianza de Civilizaciones, Naciones Unidas:** los días 19 y 20 de noviembre de 2018 se celebró el octavo Foro de la Alianza de Civilizaciones, en la sede de Naciones Unidas en Nueva York, con el título “Alianzas para la prevención y mantenimiento de la paz”. Al Instituto de la Seda le correspondió una sesión de trabajo en dicho foro, presidida por el presidente de la Fundación Cultura de Paz, intervinieron el Secretario Autonómico de Turismo de la Comunitat Valenciana, al ser València la ciudad reconocida como final de la Ruta de la Seda.
- **RUTA DE LOS BORJA**
- **Presentación APP Territorio Borja:** en Fitur, en enero 2018. Esta aplicación de móvil muestra los recursos de la ruta resaltando la parte cultural a través del juego.
 - **Presentación del folleto Recetario Borja: en Fitur, en enero 2018.** Elaborado junto con Conhostur recopila recetas de la época en que vivieron los miembros más famosos de esta familia, reinventadas por los mejores cocineros de la Comunitat Valenciana. Esta publicación se ha promocionado en numerosos medios de comunicación como en la Revista “Muy Historia”.

► **RUTA DEL GRIAL**

- **Exposición y semana cultural:** Inauguración de la exposición fotográfica en el Corte Inglés de València en enero de 2018. Se aportó material fotográfico y se participó en una mesa redonda sobre esta ruta. Esta exposición participó en la semana cultural del centro aragonés en València en abril.
- **Encuentro literario:** En marzo se organizó el encuentro literario sobre el grial en el ateneo de València, que tuvo como ponente al ganador del premio planeta 2018 con su obra sobre el grial de València.
- **Publicación en el diario Las Provincias y otros medios:** Este producto se ha promocionado en numerosos medios de comunicación como en la Revista “Muy Historia” o en el diario “Las Provincias”, donde se ha publicado un coleccionable de nueve fascículos semanales sobre la Ruta del Grial.

Otros temas culturales

- **Semana de la Comunitat Valenciana en Timisoara (Rumanía)** El consulado español en Timisoara organizó, del 27 de marzo al 3 de abril de 2018, una semana cultural de la Comunitat Valenciana en colaboración con Turisme.
- **Curso de Turismo Cultural:** en 2018 la Fundación Cañada Blanch organizó la XVII edición del Curso de especialización en Turismo Cultural, dirigido a agentes turísticos y culturales, en el que los departamentos de Turismo y Cultura de la Generalitat colaboran desde su inicio. Turisme Comunitat Valenciana, que está en el comité organizador, colaboró aportando ponencias sus técnicos y organizando tres visitas-taller en destinos de la Comunitat Valenciana que están impulsando el turismo cultural. En 2018 las vistas-taller han tenido lugar en: Alcoi (26/10/2018), Sagunto (16/11/2019) y Onda (14/12/2018). Estas visitas-taller se organizaron en colaboración con los ayuntamientos. En cada una de ellas, el ayuntamiento hizo una presentación de la línea estratégicas y las actividades que lleva a cabo para impulsar el turismo cultural y se realizó una visita guiada a aquellos recursos patrimoniales de mayor interés.
- **Workshop productos turísticos en Alacuás organizado por AEVAV-CV.** Asistencia al workshop de productos turísticos organizados por la Asociación Valenciana de Agencias de Viajes el día 1 de junio, en el Castillo-Palacio de Alaquàs. Participación de 53 proveedores turísticos.
- **Concurso “El rey D. Jaime visto por los niños”.** Se trató de un concurso de dibujo dirigido a niños que anualmente organiza el Corte Inglés en vísperas de la festividad del 9 de octubre. Turisme participó como jurado en la edición de este año.
- **Asamblea de la Asociación de Producto turístico “Castillos y Palacios de España”:** El 20 de noviembre de 2018, Turisme asistió a la primera asamblea del Club de Producto turístico Castillos y Palacios de España, dirigido a los socios y a las administraciones turísticas, para conocer las acciones a llevar a cabo con la colaboración de la Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña. Por parte de la Comunitat Valenciana, además de Turisme Comunitat Valenciana, asistieron representantes de varios ayuntamientos que albergan castillos asociados al Club de Producto.

- **Capitales Culturales de la Comunitat Valenciana.** Turisme participó en 2018 en la Comisión de valoración para la designación de las capitales culturales de la Comunitat Valenciana que cada año organiza la Consellería de Cultura, distinguiendo dos categorías, en función de si los municipios tienen una población inferior o superior a los 5.000 habitantes. En diciembre de 2018 se recibieron las candidaturas presentadas que fueron estudiadas y valoradas.

D. Materiales para la promoción turística:

▶ RUTA DE LA SEDA

- **Desarrollo de un microsite específico de la Ruta de la Seda Comunitat Valenciana** disponible en la url ruta-seda.comunitatvalenciana.com
- **Publicación de la guía "València, ciudad de la seda" en idiomas.** La guía ha sido traducida y publicada en valenciano, inglés, francés, italiano y chino.

▶ RUTA DEL GRIAL

- **Traducción y publicación del folleto** Ruta del Grial que se ha publicado en varios idiomas, entre ellos el polaco, mercado especialmente sensible en todo lo referente al turismo religioso.

Otros temas culturales

- ▶ **Guía "Rutas Jaime I – Viaje a la época medieval".** Tras el trabajo de elaboración de contenidos llevado a cabo en 2018 la guía fue publicada, editando 3.000 ejemplares en castellano. El 4 de octubre se hizo una presentación de la guía ante representantes municipales de las poblaciones que aparecen en la misma.

General para todos los productos de este grupo:

- ▶ Manual de diseño y aplicación de señalética para los productos turísticos: elaboración de un manual sobre señalización para rutas culturales vertebradoras el territorio como la Ruta del Grial, Territorio Borgia y Camins de Dinosaurios.

■ 8.3.4. Mediterranew Musix y Mediterranew Fest

A. Ferias especializadas

- ▶ **Fitur Festivales 2018:** del 17 al 21 de enero de 2018 en Madrid. Fitur creó el espacio de Festivales con la intención de aunar el Turismo Musical en el pabellón 3 dentro de su oferta. La Comunitat Valenciana fue la única con presencia en este espacio. Se contrataron 36 m² y se dedicaron 18 m² a la promoción de los grandes festivales bajo la marca paraguas Mediterranew Fest y 18 m² a la marca Mediterranew Musix. Turisme Comunitat Valenciana presentó en el escenario principal hasta 16 propuestas y proyectos para 2018.
- ▶ **Amsterdam Dance Event 2018:** del 17 al 21 de octubre en Amsterdam. ADE es la feria de música electrónica más importante de Europa. Tiene un formato singular y el espacio expositivo es muy diverso y variado. Existe un ADE de día dedicado a las conferencias y a la puesta en valor de la música como reclamo turístico y empresarial y un ADE de noche donde se pone de manifiesto quien es quien en la industria musical.
Turisme Comunitat Valenciana realizó cinco presentaciones sobre música electrónica en el teatro The Baillie.
- ▶ **BIME PRO 2018:** del 26 al 28 de octubre, Bilbao. Bime es la feria sobre la industria musical de referencia en España. La Comunitat Valenciana asistió junto empresas especializadas, representando a sus dos marcas turísticas vinculadas con la música, Mediterranew Musix y Mediterranew Fest. Se participó en charlas y coloquios sobre turismo y música. Se lograron *speedmeetings* para 12 empresas de la Comunitat Valenciana y se abrió la posibilidad de hacer *show cases* en el 2019 para bandas Valencianas.
- ▶ **TROVAM 2018:** del 8 al 11 de noviembre en Castellón. Feria de la industria musical de la Comunitat Valenciana. Turisme Comunitat Valenciana tuvo presencia en presentaciones y mesas redondas.

B. Acciones con prescriptores especializados

- ▶ **Famtrip para productora Blanco y Negro,** 3 de mayo en València. Ciudad de València y los posibles escenarios para las múltiples marcas de las que son licenciatarios. De esta presentación surgieron las tres primeras acciones del Brunch Electronic en la Marina de València en septiembre del 2018. Se mantuvieron varias reuniones en octubre y diciembre persiguiendo la instalación en València de una marca con repercusión Internacional dentro de la música electrónica.

- ▶ **Famtrip productora Day Dream Festival:** búsqueda de espacio en Comunitat Valenciana para el festival Day Dream. Se mantuvieron reuniones entre mayo y diciembre. Se facilitaron visitas de inspección a terrenos, ayuntamientos y posibles empresas colaboradoras.

- ▶ **Famtrip 4ufestival** (6 de junio, València). Se tanteo la posibilidad de colaboración empresarial y conexión con touroperación internacional para festivales de la Comunitat valenciana.

- ▶ **Famtrip con la productora CatMusic**, 4 de diciembre. Se realizó una visita de inspección a los terrenos situados en Tavernes de la Vallidigna y Torrevieja y se contactó con el Ayuntamiento de La Nucia. Se está buscando terreno con más de 150.000 m² para celebración del festival UNTOLD, festival de referencia en los países del este de Europa y Rusia.

- ▶ **Reuniones de trabajo.** En 2018 se realizaron más de 80 reuniones con los integrantes de las marcas Mediterranean Musix y Mediterranean Fest además de con otras empresas que aún no han presentado solicitud de adhesión a las marcas como: Iboga festival, Días de parque, Días de campo, The Basement, Palau Alameda, Fem Festival, Benicassim Electronic Festival, Surforama, Llum festival, Clásical Music la Vila Vella, Festival internacional de Camara de Godella, Retrovisor, Loco Club, 16 Toneladas, San San Festival, Paellas universitarias, Tranquilo Musica, Fiestify, Vlc4you, Cercavila, MUV, Seektours, Talk Fest, Mercat de musica Viva de Vic, Fira mediterránea de Manresa, Arena València, Radiante, EBC, Sony Music, Sound diplomacy, Universidad de València, Son stellae, Artyco, Contasult, Cesión, Wegow, Rock & Rock, Slow music and food, Bodegas Herraez, Music beprog...

- ▶ **Presentaciones del producto Mediterranean Musix y Mediteranew Fest:**
 - 26 enero. Reunión Asociación Música Pro CV - Sala Octubre Valencia.
 - 5 febrero. Presentación Port Fest Sagunt - Casal Jove Port de Sagunt.
 - 24 marzo. Charla Universidad Politécnica de València (Campus Gandía).
 - 25 abril. Presentación Formigues festival, Benicassim.
 - 8 mayo. Presentación Leyendas del Rock. Hard Rock Café (Madrid).
 - 22 mayo. Presentación Arrels, Capella de Ministrers, Universidad de València.
 - 7 junio. Curso de conocimientos Básicos del Negocio Musical (Cultura).
 - 26 junio. Actuación de Capella de Ministrers - Ruta de la Seda / Musix - Teatros del Canal Madrid.
 - 18 agosto . Concierto Mano a Mano en Buñol.
 - 21 septiembre. Foios Littel Fest, Ayuntamiento de Foios.
 - 20 noviembre. Asociación Artes escénicas "ARTE" en Alicante.
 - 23 noviembre. Curso producción eventos musicales en ADEIT, València.

C. Otras acciones promocionales:

- ▶ **18 enero - Reconocimiento público y entrega de distintivos** a los integrantes de las marcas Mediterranew Musix y Mediterranew Fest en el marco de Fitur (Los distintivos fueron entregados por el Molt Honorable President de la Generalitat Valenciana).
- ▶ **Campaña de Tatroo Branding** durante el Festival de les Arts de València. En colaboración con Campaña de Marketing Digital de Turisme CV.
- ▶ **Publicación de artículos** promocionales en revistas como Verne, Escenarios y publicaciones propias de las ferias. (Ver apartado ferias).
- ▶ **Grabación de 4 Videos** reflejo de 4 realidades diferentes de la Música de la Comunitat Valenciana: en representación de la música culta: grabación del réquiem de Mozart en la Iglesia de la Sangre de Lliria; en representación de las Bandas de Música: grabación del acto de la FSMCV en Mestalla; recopilación, edición y montaje de un video de los afterparties de los festivales bajo la marca Mediterranew Fest; grabación, recopilación y edición y montaje de un video de los afterparties de los festivales bajo la marca Mediterranew Musix.
 Instalación de un Punto de Información de la Generalitat en 8 festivales de música. Con el propósito de acercar al público asistente las diferentes propuestas de la Generalitat se aunaron los esfuerzos de: Turisme Comunitat Valenciana (que aportó información turística apoyándose en la red Tourist Info), el Institut de les Dones (instaló un Punto Violeta contra la violencia de genero) y CALSICOVA (informó sobre los riesgos de las enfermedades de transmisión sexual), IVAJ (trabajó su plan de información sobre drogas).
- ▶ **Visitas de Inspección:** se realizaron los festivales: Dias de parque, Formigues Festival, Love the 90's, Love the 20's, Llum Festival, Singing in the cave, Forever fest València, 90's Love You, Arenal Sound, Rototom, Fib, Festival de les Arts, Medusa Sunbeach, Leyendas del Rock, Iberia Festival y Low festival para la realización de seguimientos dada su vinculación con la promoción del turismo de festivales de la Comunitat Valenciana.

D. Materiales para la promoción turística:

- ▶ Artículos promocionales
 Merchandising en colaboración con CALSICOVA para ser repartidos en los Festivales Mediterranew Fest.
 Creación de un disco con música de bandas, y partituras valencianas en formato trípico.

■ 8.3.5. Otros Productos segmentados

Además de las líneas de trabajo definidas en la estrategia CreaTurisme también se ha incidido en el apoyo, desarrollo e impulso de otros productos segmentados como el de cruceros, LGBTi o el MICE y Premium.

En lo referente a MICE y Premium, se coordina desde Turisme Comunitat Valenciana con los cinco *Convention Bureaux* de la Comunitat Valenciana y las instituciones de promoción que gestionan las seis marcas turísticas, además de con las asociaciones empresariales especializadas.

► CRUCEROS

Desarrollo de acciones de apoyo y coordinación con las entidades responsables de la promoción del producto (autoridades portuarias, destinos, asociaciones del sector, etc.).

Realización de acciones específicas para la promoción de “nuevos destinos de cruceros”: *Cruise Street Assistant*. Evento promocional con motivo de la llegada al puerto de Castellón de los cruceristas del buque Saga Sapphire en su escala el 1 de agosto.

► LGBTi

- **Encuentro familias orgullosas (Castellón, 10 junio)**. Montaje de una carpa y ambientación musical con motivo de la celebración del IV Encuentro de Familias Orgullosas en Castellón
- **Orgullo gay València (16 de junio)**. Con motivo de la manifestación del Orgullo LGTB salió una carroza de Comunitat Valenciana animada con bailarines y asociaciones del sector.
- **Orgullo gay Barcelona (28 junio - 1 julio)**. Stand de la Comunitat Valenciana en el village de la organización para promover la oferta LGBT+ entre los asistentes al evento
- **Orgullo gay Madrid (7 julio)**. Carroza de la Comunitat Valenciana en el desfile de Madrid con motivo de la celebración del orgullo en la capital de España

► MICE Y PREMIUM

Las acciones que se han desarrollado para potenciar este producto van desde la asistencia a ferias y certámenes especializados a acciones promocionales en destino como diferentes press y fam trips, todos ellos ya mencionados en el apartado dedicado a promoción: ferias IMEX Frankfurt y Las Vegas, IBTM World, M&I Algarbe y Dubrovnik, viajes de familiarización de agentes polacos, de la India, así como otras acciones especializadas desarrolladas en colaboración con los *Convention Bureau*, asociaciones profesionales y marcas turísticas.



9. ACTIVIDADES EN PUBLICIDAD, MARKETING ONLINE Y COMUNICACIÓN OFFLINE

9.1. 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.

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

A esto hay que añadir la publicidad a través de campañas de comunicación, con una difusión a través de una combinación de medios, acciones *branded content* o inserciones directas en medios de comunicación.

Asimismo, se vertebra a través de la colaboración con diversas entidades ciertas actuaciones de marketing turístico para aunar los esfuerzos de todos, a través de convenios nominativos para la mejora de la imagen y la competitividad de la Comunitat Valenciana.

■ 9.1.1. Campaña de publicidad autonómica, nacional e internacional 2018-2019

La campaña de publicidad autonómica, nacional e internacional para la difusión de la oferta turística de la Comunitat Valenciana ha supuesto en 2018:

A. Adquisición de espacios publicitarios en medios de comunicación para la campaña de publicidad autonómica y nacional.

El periodo de campaña se inició a partir del 23 de marzo de 2018 en medios nacionales y de la Comunitat Valenciana. Durante el año 2018 las actuaciones se han estructurado en base a dos periodos: el primero, prevacacional y vacacional (junio-agosto) para la promoción del verano 2018 y un segundo periodo que fija su objetivo en la desestacionalización (septiembre-diciembre 2018).

El planteamiento táctico ha comprendido 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 de Mediterráneo en Vivo y la colaboración en materia de contenidos.

La campaña de publicidad autonómica y nacional ha obtenido un impacto del 61% y una valoración de 7'7 por encima de benchmark (6,6). El medio en el que más se recuerda la campaña es la televisión (97%), medio en el que se han obtenido 3.262 GRP'S.

B. Adquisición de espacios publicitarios en medios de comunicación para la campaña de publicidad internacional.

La actuación en la campaña internacional plantea una estrategia multimedia en soportes offline y en medios digitales, combinando acciones de contenidos con publicidad convencional.

A través del mix de medios la campaña ha tenido presencia en Reino Unido, Alemania, Francia, China, Holanda, Países Nórdicos y Polonia; con actuaciones en TV (Euronews, Eurosport), prensa y soportes digitales (operadores turísticos, prensa especializada en viajes, etc.).

■ 9.1.2. Campaña en medios difusión mensaje Hospitalitat 2017-2018

El objeto de la campaña es la planificación y compra de medios de publicidad en los ejercicios 2017 y 2018 para la difusión de los valores de la Hospitalidad en la Comunitat Valenciana.

En esta campaña están incluidos los siguientes soportes: televisión, radio, prensa, digital (aplicaciones, redes sociales, prensa online) y publicidad exterior; en medios de Comunitat Valenciana.

En el año 2018 se realizaron cinco oleadas (continuidad de campaña; eventos de especial afluencia turística; cursos, formación, jornadas CDTs, congresos o eventos de carácter profesional/institucional, merchandising y bolsa 2018).

■ 9.1.3. Inserciones publicitarias Fitur 2018

Dado que en Fitur 2018 la única campaña de publicidad activa era la de hospitalidad, cuyo fin no era estrictamente promocional, se realizaron dos actuaciones adicionales: publicidad exterior en el entorno ferial de Fitur y difusión de la oferta turística de la Comunitat en Fitur a través de televisiones autonómicas de la Comunitat Valenciana.

La publicidad exterior en el recinto ferial de Fitur, consistió en 4 columnas en el acceso al pasillo de los pabellones. Además la actuación se completó con publicidad en las televisiones: Información TV, Levante TV, Intercomarcal TV, Televisiones comarcales de la provincia de Castellón y Mediterráneo TV.

■ 9.1.4. Creación de la marca gastroturística L'Exquisit Mediterrani

En el marco del impulso a la promoción del producto Gastronómico y Enoturismo que realiza Turisme Comunitat Valenciana, la Unidad de Publicidad se encargó en 2018 de la contratación de un servicio para la realización de una marca Gastro Turística.

L'Exquisit Mediterrani es una marca que identifica y aglutina todas las acciones de comunicación y posicionamiento del producto gastro-turístico que impulsa Turisme Comunitat Valenciana en colaboración con otras entidades. Un símbolo de referencia para proyectos turísticos de base gastronómica que servirá como sello distintivo de empresas, productos, servicios y experiencias gastroturísticas que respondan a unos parámetros de calidad y autenticidad definidos. Una marca identificativa de la Xarxa Gastroturística CV, de las entidades que la integran y de las acciones de promoción del producto gastronómico o en jornadas, ferias, acciones formativas, etc.

■ 9.1.5. Filmación desestacionalización y periodo navideño

A través de las campañas de publicidad y del rodaje para la elaboración de los spots televisivos se producen materiales audiovisuales que se utilizan también en otros vídeos de carácter promocional. Sin embargo, y de forma general, estos rodajes se realizan en periodos preestivales, por lo que no se disponía de imágenes de temporada baja o de desestacionalización y del periodo navideño.

Es por ello que en 2018 se realizó una filmación de brutos audiovisuales para su posterior uso en vídeos promocionales y otro material futuro, de recursos turísticos durante el periodo navideño y de temporada de desestacionalización.

■ 9.1.6. Locución de los spots de la campaña para mercados internacionales

Para la emisión de la campaña de publicidad en mercados internacionales se realizó la locución de los spots de campaña en diversos idiomas de los principales mercados en los que se emite la campaña: inglés, francés, alemán, ruso, chino, etc.

■ 9.1.7. Adaptaciones gráficas para el apoyo en la promoción turística

En apoyo a la promoción turística se han realizado adaptaciones gráficas para ferias, así como adaptaciones de gráficas para campaña y recopilación y elaboración de material para brand-content y publirreportajes de las campañas nacional e internacional.

En lo que respecta a ferias y otras acciones promocionales durante 2018, se han adaptado gráficas y diseño de paneles para diversos eventos como: Gastrónoma Alicante, Madrid Fusión, Alimentaria, Dive Birmingham, Feria de buceo de Madrid, SIAL Paris, ITB Berlín, WTM, Golf Parma, MITT de Moscú, Munich, Poznan, Orgullo de Madrid y Barcelona, Ferien Messe, Expotural, Mostra de Turisme (publicidad exterior) y otras.

Además, se ha colaborado en la elaboración de numerosas adaptaciones de gráficas de la campaña de publicidad nacional y autonómica y de la traducción y adaptación previa de la gráfica de la campaña internacional, así como en la recopilación y elaboración de material escrito y búsqueda de imágenes, para *brand content* y publirreportajes de las campañas nacional e internacional.

Ejemplos de colaboración en la promoción



9.2. COLABORACIÓN EN LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS, DESTINOS Y EN LA EJECUCIÓN DE ACTUACIONES DE MARKETING EN MERCADOS DE INTERÉS PRIORITARIO

Mediante convenios con asociaciones sectoriales para la promoción de productos y destinos turísticos se apoyaron en 2018 actuaciones que tienen como objetivo la difusión y promoción de productos turísticos, de destinos de la Comunitat Valenciana y aquellas otras de marketing dirigidas a mercados de interés prioritario para las asociaciones que lo promueven.

A estos efectos, Turisme Comunitat Valenciana firmó convenios de colaboración con las siguientes entidades:

BENEFICIARIOS	OBJETO
AEROCAS	Promover acciones de publicidad y comunicación turística del aeropuerto de Castellón
ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO	Acciones de publicidad y difusión del turismo activo de la Comunitat Valenciana
ASOCIACIÓN CULTURAL EL CAMINO DEL SANTO GRIAL	Puesta en marcha de la Ruta del Grial desde San Juan de la Peña a la catedral de València y promoción de la ruta. Sensibilización de los municipios de la ruta
ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE CAMPOS DE GOLF COSTA BLANCA	Fomentar acciones de promoción de turismo de golf tanto a nivel nacional como internacional
ASOCIACIÓN HOGUERAS ESPECIALES DE ALICANTE	Promoción e impulso de las Hogueras de Alicante
ASOCIACIÓN EMPRESARIAL VALÈNCIA PREMIUM	Consolidar el proceso de posicionamiento internacional como destino Premium a través de la implementación de acciones de comunicación y comercialización de sus principales productos en sus mercados objetivo
ASOCIACIÓN HOSTELERÍA DE TORREVIEJA	Acciones de promoción y marketing de la oferta de hostelería y restauración de Torrevieja
ASOCIACIÓN PROMOCIÓN TURISMO FAMILIAR DE LA COMUNITAT VALENCIANA	Apoyo de la actividad de turismo familiar en la C.V.
ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE HOTELES DE ALICANTE APHA	Acciones de promoción y marketing de la oferta hotelera de Alicante
ASOCIACIÓN SAN JORGE DE MOROS Y CRISTIANOS DE ALCOY	Promoción e impulso de las Fiestas de Moros y Cristianos de Alcoy
AYUNTAMIENTO DE ALGEMESÍ	Promoción e impulso de la Muixeranga de Algemesí
AYUNTAMIENTO DE DENIA	Plan de promoción de la gastronomía de Dènia y de la C.V.

AYUNTAMIENTO DE ELCHE	Potenciar la promoción turística en la ciudad de Elche.
AYUNTAMIENTO DE GANDÍA	Potenciar la ruta turística de la familia de los Borgia.
AYUNTAMIENTO DE PEÑÍSCOLA	Plan de promoción del producto cinematográfico de turismo de Peñíscola y de la C.V.
AYUNTAMIENTO DE SAGUNTO	Plan de promoción turística del producto cultural a través de las artes escénicas en Sagunto y de la C.V.
AYUNTAMIENTO DE XÁTIVA	Potenciar la ruta turística de la familia de los Borgia.
CÁTEDRA CHINA	Fomento de la imagen de la C.V. a nivel de promoción turística y cultural
COCEMFE	Colaboración para el impulso al turismo accesible en la Comunitat, "turismo para todos"
COLEGIO DE LA SEDA	Promover actuaciones de promoción turística del producto Ruta de la Seda
CONHOSTUR	Promoción y desarrollo del producto gastronómico de la C.V.
FEDERACIÓN CAMPINGS DE LA COMUNITAT VALENCIANA	Realización de acciones de promoción y dinamización de la oferta turística de campings de la C.V.
FEDERACIÓN DE FALLAS SECCIÓN ESPECIAL	Promoción e impulso de las Fallas de Sección Especial
FEDERACIÓN GESTORA GAIATAS CASTELLÓN DE LA PLANA	Promoción e impulso de las Gaiatas de Castellón
FEDERACIÓN MOTOCICLISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA	Fomento y promoción de la Comunitat Valenciana como destino turístico a través del Gran Premio de Motocros de la C.V.
FEDERACIÓN SOCIETATS MUSICALS DE LA COMUNITAT VALENCIANA	Promover el producto musical valenciano por excelencia de las bandas de música locales
FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALÈNCIA	Apoyo y colaboración de Gastronomía 2018
FOTUR	Colaboración en actuaciones promocionales de los productos de ocio y turismo de la C.V.
FUNDACIÓN CAPELLA DELS MINISTERS	Activar y apoyar el producto turístico cultural a través de acciones de la música
FUNDACIÓN PALAU DE LES ARTS REINA SOFÍA	Acciones de promoción y marketing de la cultura de la C.V. en colaboración con el Palau de les Arts Reina Sofía
FUNDACIÓN TURISMO BENIDORM DE LA COMUNITAT VALENCIANA	Realización de actuaciones de marketing y promoción turística de Benidorm en el ámbito nacional e internacional.
FUNDACIÓN TURISMO MONTANEJOS	Acciones de promoción y difusión del producto turístico en Montanejos
FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA	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 y familiar
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

INTRODUCING CASTELLÓN	Acciones de promoción y marketing de la oferta turística de la provincia de Castellón
PATRONATO MUNICIPAL TURISMO CASTELLÓN	Acciones de promoción y difusión del producto turístico del municipio de Castellón de la Plana
PREDIF	Colaboración para el impulso al turismo accesible en la Comunitat, "turismo para todos"
TEMPS	Apoyo de acciones de promoción y comercialización de la oferta turística de interior de la C.V.
UNESCO VALÈNCIA MEDITERRÀNEO	Promoción y márketing de la Ruta occidental de la Seda.

9.3. MARKETING ON LINE

■ 9.3.1. Portal turístico www.comunitatvalenciana.com

El portal turístico www.comunitatvalenciana.com recibió en 2018 algo más de 3,2 millones de visitas de casi 900.000 usuarios procedentes principalmente de España (62,75%) y de los mercados emisores más consolidados para la Comunitat Valenciana, como son Francia (6,59%), Reino Unido (5,39%), Alemania (6,06%), Bélgica (2,17%) y Holanda (1,43); si bien destaca el aumento de visitas al portal desde Estados Unidos (2,90%) por delante de Bélgica u Holanda. Las visitas procedieron de 216 países distintos.

Si atendemos al dato de las versiones idiomáticas del portal, observamos que las sesiones se repartieron de la siguiente manera:

Español	51,86 %
Inglés	14,27 %
Francés	9,92 %
Alemán	9,60 %

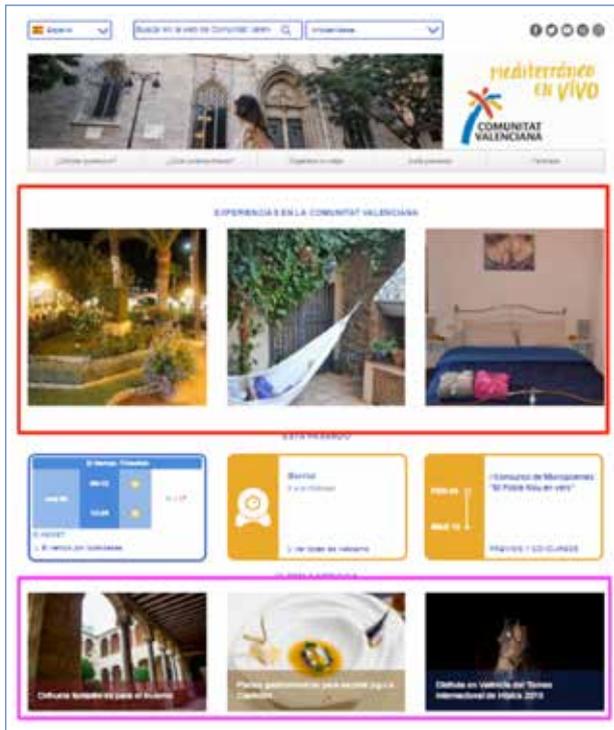
Un año más, casi un 50% del total de las sesiones consultaron contenidos relacionados con la red de Webcams de la Comunitat Valenciana, seguida por la agenda de eventos con casi un 8%.

Durante 2018 se mantuvo la tendencia del ejercicio anterior siendo el ordenador el dispositivo con el que se accede al portal en casi la totalidad de las sesiones:

La nueva home del portal turístico se desplegó el 10 de enero 2018, por lo que durante todo el año se contó con un diseño más atractivo, visual y sencillo de navegar, si bien se ha seguido trabajando para dotarlo de contenido a través del bloque "Curiosidades ¿Quieres saber más sobre la Comunitat Valenciana?".



Los contenidos publicados semanalmente en el portal han seguido el mismo patrón que en años anteriores: 3 propuestas de viaje (Experiencias en la Comunitat Valenciana) y 3 noticias (Últimas Noticias) atendiendo al principio de territorialidad de las tres provincias de la Comunitat Valenciana. Si bien con la nueva home las Experiencias se posicionan en el primer nivel del scroll y las Últimas Noticias (destino) en el segundo.



El boletín semanal (e-newsletter) ha mantenido estable el número de suscriptores activos distribuidos de la siguiente manera por idioma:

IDIOMA	% Suscriptores 2018	% Suscriptores 2017
Español	80,37%	80,63%
Inglés	11,05%	11,20%
Francés	3,48%	3,35%
Alemán	3,00%	2,82%
Valenciano	2,07%	1,98%
TOTAL	100%	100%

■ 9.3.2. Geoportal

Durante los primeros meses de 2018 el Mapa Turístico del portal ofreció el servicio para el que estaba concebido: capas de ofertas para alojamiento, restauración y actividades con la información de TOAPs que permiten su reserva desde el propio Geoportal.

“Artículo 43. El portal turístico de la Comunitat Valenciana.

1. El portal turístico de la Comunitat Valenciana se configura como plataforma de promoción turística e incorporará la publicidad institucional en materia de turismo, información sobre actividades, productos y servicios turísticos y cualquier otra información que se considere de interés para cualquier usuario o usuaria turística.”

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

■ 9.3.3. La Red de Webcams

En la actualidad hay 47 webcams de la red emitiendo imágenes en el portal turístico .

El contrato de mantenimiento de la red de Webcams finalizó el 4 de junio de 2018 y, desde antes de esa fecha, se está trabajando en un proyecto más ambicioso cuyo objetivo es que la emisión de la red evolucione hacia el streaming.

■ 9.3.4. Desarrollo de la Estrategia de Marketing Online para la Comunitat Valenciana 2017-2019

El mes de mayo de 2017 marcó el inicio de la implementación de una Estrategia de Marketing Online para la Comunitat Valenciana de 15 meses de duración que se prorrogó por otros 12 meses hasta el 2 de agosto 2019, motivo por el cual durante todo el ejercicio 2018 Turisme Comunitat Valenciana ha contado con promoción online.

La Estrategia de Marketing Online está dividida en dos grandes bloques: Marketing de Contenidos y Publicidad Online, cada uno de ellos divididos a su vez en los siguientes conceptos:

1. Marketing de contenidos	
1.1. Contenidos editoriales 1.2. Gestión del portal turístico 1.3. Creación de Video-blogs	1.4. Marketing en redes sociales 1.5. Estrategia mobile 1.6. Acciones innovadoras
2. Publicidad online en	
2.1. Operadores Turísticos y Agencias on-line 2.2. Medios on-line	2.3. Redes sociales 2.4. SEM

9.3.4.1. Marketing de contenidos:

Cabe destacar la realización de **13 acciones en Facebook Live** con diferentes periodistas.

Cada vídeo en streaming de los FB LIVE realizados en 2018 superaron los **25.000 usuarios**, con picos máximos de hasta **52.200 usuarios por vídeo**, entre los que destacaron la Nit de la Cremà de Fallas, el Sexenni de Morella, Els Enfarinats de Ibi y el Misterio de Elche.

Pero sin duda fue el FB LIVE de septiembre 2018, con motivo de la celebración del primer World Paella Day, el **que más espectadores tuvo** y más impactos generó, hasta 154.767 impresiones.

Dentro de este apartado cabe mencionar también que se produjeron 50 videos de 1 minuto de duración, entre los que destacan:

- ▶ Muros de Fanzara y Torreblanca.
- ▶ Rutas de las Villas de Benicasim.
- ▶ Las Playas de Peñíscola.
- ▶ Ruta del Agua de Chelva.
- ▶ Museo de Bellas Artes de València San Pío V.
- ▶ Las Naranjas de Valencia.
- ▶ Arenales del Sol.
- ▶ Helado de Alicante.
- ▶ El Museo del Chocolate.
- ▶ Gastrobloggers en la Comunitat Valenciana.



► Red de blogs

Durante 2018 se continuó con la gestión de la red de 5 blogs deportivos en español: BTT, Senderismo, Buceo, Kitesurf y Surf; red que alcanzó durante 2018 las 69.000 visitas.

Se abrieron hasta 86.000 sesiones y el tiempo medio por sesión se situó en el 1:01 minuto.

Casi el 70 % de las visitas fueron de usuarios de España, mientras que el resto, como en años anteriores, lo fueron de Estados Unidos, Argentina, México, Colombia, Chile, Alemania, Reino Unido, Perú y Ecuador.

Producción de la serie de ficción INSTANTES formada por 52 capítulos entregados en 3 temporadas y protagonizada por el youtuber Enrique Álex, a quien acompañaron en la trama otros youtubers nacionales (Verdeliss, El Mundo de Mia y Gominuke) e internacionales (AngyGM de Alemania, Bruno Maltor de Francia y JB Travel y Attaché en Reino Unido).



El teaser de la serie superó las +111K visualizaciones (en INS, YT y TW), mientras que los capítulos sumaron +40K visualizaciones en YB (amplificación en medios ganados).

► Marketing en redes sociales

La Estrategia en redes sociales se centró en Facebook, Twitter, Instagram y el canal Youtube. En cada una de las redes se publica con una cadencia concreta según el mes de año.

- FB es la red del contenido;
- TW es la red para la conversación;
- INT es la red de las emociones fotográficas y visuales; y
- YT es la plataforma de video social orientada a la viralización de los contenidos en video.

Durante 2018 destacan las siguientes acciones:

A. Danza de Drones. Los drones alzaron el vuelo sobre la Comunitat Valenciana para captar imágenes inéditas del patrimonio cultural, histórico o natural. Nos ofrecieron una visión de altura de lugares que generalmente se muestran a ras de suelo, como:

- La Vall de Laguar #aVistaDeDron, +131K visualizaciones.
- Serra Gelada y Benidorm #aVistaDeDron, +20K visualizaciones.
- Vilafamés y su Castillo #aVistaDeDron, +66K visualizaciones.
- La isla de Tabarca #aVistaDeDron, +109K visualizaciones.
- El Castillo de Xàtiva #aVistaDeDron, +110K visualizaciones.
- Parque de Cabecera #aVistaDePájaro, +80K visualizaciones.

Estos videos, publicados en el canal de YT de la Comunitat Valenciana y en nativo en la GlobalPage de facebook, alcanzaron un total de +516K visualizaciones.

B. Puzzgram: hasta 50 perfiles de Instagram influyentes relacionados con la Comunitat Valenciana (Celebrities, Tourist Info, Igers, marcas turísticas...) lanzaron en 2018 un Post de destino o experiencia para crear entre todos el primer #PuzzgramCV, donde todas las piezas conformaban un mapa visual de la Comunitat Valenciana.

Con ello se consiguió ser tendencia el 30 de mayo y que muchos usuarios anónimos se sumaran con sus fotos a esta acción:

- ▶ 2.300.000 impresiones y 1.400.000 de alcance.
- ▶ Número de participantes del sorteo: 158.
- ▶ Comentarios generados por nuestros posts: 581.
- ▶ Crecimiento en 1.567 followers respecto al mes anterior.

C. Un Cuento de Navidad

Esta acción ayudó a los seguidores de Comunitat Valenciana a felicitar la Navidad de una forma emotiva a través de destinos turísticos de nuestro territorio creando su "Cuento de Navidad" personalizado.

Durante las Navidades de 2018 se descargaron un total de 723 cuentos. El pico se alcanzó el 25 de diciembre.

766 usuarios utilizaron la app "Mi cuento de Navidad" con un total de 974 sesiones iniciadas.

El site recibió 6.554 visitas con una duración máxima por sesión de 2:47 min.

El análisis cuantitativo RRSS a cierre del año 2018 nos ofrece los siguientes resultados:

- ▶ 241.382 fans en Facebook.
- ▶ 104.236 followers en Twitter.
- ▶ 49.980 seguidores en Instagram.
- ▶ 2.485 suscriptores en Youtube.

El cualitativo a cierre del año 2018, fue:

A. Facebook: Alcance orgánico medio por Post: 34.630 usuarios impactados. Alcance pagado medio por Post: 46.347 usuarios impactados. Media de interacciones mensuales: 1.510 reacciones. Top 3 de las Fanpages turísticas españolas (tras Cataluña y Canarias).

Los seguidores de la Comunitat Valenciana en redes sociales viven mayoritariamente en València, Madrid, Alicante, Barcelona, Castellón, Elche y Gandía. En 2018 nos han seguido más mujeres (63%) que hombres (37%). El rango de edad de nuestros seguidores es mayoritariamente de 25-44 años.



B. Twitter: Media de impresiones mensuales: 270.250 usuarios impactados. Total de impresiones acumuladas en 2018: 3.698.300 impactos. Engagement Rate 1,37 %. A diferencia de 2017, ahora no siguen más mujeres (54%) que hombres (46%). El rango de edad de nuestros seguidores se mantiene en 35-44.

C. Instagram: Engagement Rate 2,15%. Likes acumulados a 31 de diciembre de 2018: 564.021. Likes (Average) por mes: 47.000 likes. El público mayoritario son mujeres (57%) de 25 a 34 años y el uso de *Stories* ha permitido crecer de forma orgánica cerrando 2018 con casi 50.000 followers.

D. Youtube: 1.400.000 minutos de visualización acumulados en Youtube. 1.200.000 visualizaciones en Youtube. Duración media de visualización: 1:10 minutos. El Spot de la campaña #MediterráneoEnVivo, los Timelapses de València y Castellón, el trailer de Mediterranis y la webserie Instantes son los contenidos más vistos del canal durante este año, 2018.



Acciones Innovadoras

A. Comunitat Valenciana Virtual 2018 en el marco de FITUR, B-Travel Barcelona y Expovacaciones en Bilbao

Se lleva a cabo una actividad de Branding 4.0 en la que se asocia la marca Comunitat Valenciana con la innovación y el turismo de calidad. El objetivo es desarrollar una acción de turismo inmersivo proporcionando seis experiencias diferentes en realidad virtual en la que los asistentes viven en primera persona la experiencia de cada uno de estos destinos generando el deseo de que quieran viajar para conocerlos.

Las experiencias fueron:

- ▶ Un Viaje en Globo con lanzamiento en Paracaídas y una experiencia en moto acuática en la provincia de Alicante.
- ▶ Ascenso por las Vías Ferratas en Chulilla y rafting por las Hoces del Gabriel en la provincia de Valencia.
- ▶ Descenso en tirolina en Morella y por la Sierra de Irta en BTT en la provincia de Castellón.



B. Pantonera Comunitat Valenciana

Durante unos 10 días del mes de julio de 2018 se subió, cada día, a *Stories* de Instagram tres propuestas de color por cada una de las tres provincias de la Comunitat Valenciana. En las imágenes, evocadoras y que emulan la carta de color o pantone del Mediterráneo, se incluía un *sticker slider* para que los usuarios nos digesen el grado de satisfacción o de agrado de la propuesta y definiesen sus colores favoritos.

Resultados:

- ▶ 1.441.670 impresiones.
- ▶ 157.859 personas alcanzadas.
- ▶ Un aumento de seguidores de 827 respecto a la semana anterior.

C. Tatroo Fest

Se busca integrar la estrategia digital de Turisme Comunitat Valenciana dentro del territorio “festivales de música” de la Comunitat Valenciana de la mano de una innovación afín al *target* y con aportación de valor a la naturaleza propia del evento.

D. Descubriendo el Mediterráneo

Turisme Comunitat Valenciana abrió una ventana a otra dimensión ya que el uso de unas gafas de realidad virtual, los participantes disfrutaron de una experiencia única que les trasladó a distintos escenarios turísticos de la Comunitat Valenciana.



9.3.4.2. Publicidad Online

A. Publicidad en agencias de viajes online españolas

Desarrollo de acciones con seis agencias de viajes online que lideran el ranking *comScore* para el sector de viajes según la media de usuarios únicos: Edreams, Atrápalo, Destinia, Rumbo, Logitravel y Viajes el Corte Inglés.

La Comunitat Valenciana ha tenido microsites activos en 2018 en las seis OTAS y lanzado más de 80 millones de impresiones *display*. Además, ha tenido presencia en sus redes sociales, blogs y newsletters.

B. Publicidad en medios online

En 2018 se lanzaron más de 17 millones de impresiones *display* y se publica 40 artículos para promocionar los distintos productos turísticos de la Comunitat Valenciana.

Además, se ha contado con una *influencer* top que viajó a la Comunitat Valenciana y publicó contenido relacionado en sus redes sociales.

C. Publicidad en redes sociales

En 2018 se ha impactado sobre más de 4.600.000 personas en Facebook. Se han lanzado más de 20.000.000 impresiones con los siguientes resultados: 30.000 nuevos seguidores, 979.000 interacciones con las publicaciones, 299.000 visualizaciones 10'' de los videos y 13.000 instalaciones de la aplicación. En 2018 en Instagram alcanzó a más de 1.726.000 personas. Se lanzaron más de 3.300.000 impresiones y se generaron más de 121.800 interacciones.

YOUTUBE, en 2018 se consiguieron por países los siguientes resultados:

- ▶ En España más de 1 millón de impresiones y más de 700.000 visualizaciones.
- ▶ En Reino Unido más de 220.000 impresiones y más de 120.000 visualizaciones.
- ▶ En Francia más de 189.000 impresiones y más de 112.000 visualizaciones.
- ▶ En Alemania más de 132.000 impresiones y más de 77.000 visualizaciones.

D. Publicidad en motores de búsqueda (SEM) y RTB

En 2018 se invirtió en publicidad RTB y en total se sirvieron 7.739.715 de impresiones y generado 6.901 clics con destino al portal de la Comunitat Valenciana, habiéndose utilizado cuatro segmentaciones: *behavioural targeting* (intereses: viajes) con una creatividad de formato robapáginas y otra de formato doble robapáginas, *retargeting* con una creatividad robapáginas y *look alike* con una creatividad robapáginas.

Con la inversión en motores de búsqueda SEM se han generado 169.312 clics con destino al portal de la Comunitat Valenciana.

Por países se han generado 121.059 clics en España, 24.437 clics en Reino Unido, 7.022 clics en Francia y 16.794 en Alemania.

La inversión realizada en programática-RTB supone el 15% del importe facturado en esta partida y la publicidad en motores de búsqueda (SEM) un 85%.



9.4. COMUNICACIÓN OFFLINE: PUBLICACIONES Y CONTENIDO GRÁFICO

En el marco de las acciones para la comunicación de la marca Comunitat Valenciana, durante 2018, dentro del programa de publicaciones y material promocional, se han llevado a cabo diferentes actuaciones con el objetivo de asegurar la mayor difusión y conocimiento de imagen turística.

Para atender a las necesidades de los servicios de información al visitante en destino y promoción de la oferta turística de la Comunitat Valenciana en ferias, eventos y promociones tanto nacionales como internacionales se ha procedido a la realización de las siguientes acciones.

■ 9.4.1. Reimpresiones y nuevas ediciones

- ▶ **Mapa Turístico Comunitat Valenciana:** para atender a las necesidades tanto en destino como en promociones y ferias, se ha procedido a la reimpresión del mapa turístico de la Comunitat Valenciana en castellano e inglés. En el mapa se señalan gráficamente, a través de símbolos universales, las zonas de práctica de deportes náuticos, campos de golf, castillos, aeropuertos, balnearios, parques naturales, oficinas de información turística entre otros elementos, así como información práctica para el visitante. Los textos ofrecen una presentación en conjunto de los atractivos más destacados de la Comunitat Valenciana. En 2018, se han editado 30.000 ejemplares.
- ▶ **Planos ciudad de Valencia:** El plano de València es una herramienta básica y necesaria para el turista que llega a la ciudad. En ella se encuentra toda la información de recursos turísticos más destacable, así como cuatro rutas que le llevan a descubrir desde los monumentos del centro histórico o la Ciudad de las Artes y las Ciencias hasta la zona marítima y el Puerto. En 2018, se han editado 20.000 ejemplares, bilingüe castellano e inglés.
- ▶ **Planos ciudad de València segmento LGBTI:** En 2018, se ha realizado la reimpresión del plano de València LGBTI para facilitar información de la oferta de la Comunitat Valenciana para el turista LGBTI. Se han editado 10.000 ejemplares.
- ▶ **Catálogo Experiencias mercado asiático:** Con motivo del viaje del President de la Generalitat Valenciana a China y Japón en 2018 para una misión institucional y promocional de la oferta turística en esos países, se editó un folleto destinado a divulgar la oferta turística y experiencial de la Comunitat Valenciana para el mercado asiático. En esta primera edición se han maquetado e impreso en formato digital 150 ejemplares del folleto en chino, japonés e inglés.

- ▶ **Gala de Turismo 30 Años de Palmera:** Con motivo de la gala que tuvo lugar en el Hemisfèric realizaron materiales conmemorativos del 30 aniversario de “la Palmera” para su distribución entre los asistentes. Para ello, se procedió a la realización de láminas litográficas y libretas con una reproducción de una imagen del aniversario de la “palmera”.

- ▶ **Edición de material en francés:** con motivo de la acción promocional en el sur de Francia (8 al 12 de noviembre de 2018) realizada en el marco de la “Declaración conjunta de intenciones entre Turisme Comunitat Valenciana y el Departamento Francés de L’Aude para el desarrollo de colaboración en materia turística”, se editó el siguiente material:
 - ▶ Folleto los últimos Cártaos: 2.000 ejemplares.
 - ▶ Folleto Territorio Borgia: 2.000 ejemplares.
 - ▶ Folleto Ruta del Grial: 2.000 ejemplares.
 - ▶ Catálogo Experiencias: 1.000 ejemplares.

- ▶ **Nuevo folleto genérico de la Comunitat Valenciana:** en 2018 se creó una nueva línea de diseño de publicaciones para actualizar la imagen y adaptar las características de las ediciones a las nuevas tendencias de comunicación y sostenibilidad y apoyar las acciones en los diferentes mercados turísticos en los que participa Turisme Comunitat Valenciana; se han impreso ejemplares del catálogo genérico de la Comunitat Valenciana en 6 idiomas:
 - ▶ Castellano: 2.500 ejemplares.
 - ▶ Inglés: 2.500 ejemplares.
 - ▶ Francés: 1.000 ejemplares.
 - ▶ Alemán: 1.000 ejemplares.
 - ▶ Flamenco: 1.000 ejemplares.
 - ▶ Chino: 500 ejemplares.

- ▶ **Edición de folletos de Experiencias Turísticas en la Comunitat Valenciana:** el Plan de Operativo de Marketing 2018, bajo el objetivo de 4.1 “posicionar y comunicar”, establece la necesidad de que las experiencias turísticas estén a disposición del mercado para que se pueda hablar de producto turístico.

Respondiendo a esta necesidad se creó en 2018 la plataforma de experiencias turísticas de la Comunitat Valenciana <http://experienciascv.com> sirviendo de base para otros materiales, entre ellos publicaciones con una amplia selección de propuestas experienciales.

Estas publicaciones, organizadas por temáticas de producto (Mediterráneo Cultural, Mediterráneo Natural Rural, Mediterráneo Gastronómico y Mediterráneo Activo), dan visibilidad al amplio y variado portafolio de productos en ferias nacionales e internacionales, mostrando la riqueza y variedad de la oferta turística de la Comunitat Valenciana, ayudando a mejorar su posicionamiento y favoreciendo la desestacionalización de la demanda.

Se han impreso los siguientes materiales:

- ▶ Mediterráneo Cultural: 3.000 ejemplares.
- ▶ Mediterráneo Natural Rural: 3.000 ejemplares.
- ▶ Mediterráneo Gastronómico: 3.000 ejemplares.
- ▶ Mediterráneo Activo: 3.000 ejemplares.

■ 9.4.2. Creación gráfica

- ▶ **Nuevo logotipo institucional: Turisme Comunitat Valenciana:** La ley 15/2018, de 7 de junio, de la Generalitat, de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana tiene por objetivo la promoción y ordenación de la actividad turística de la Comunitat Valenciana y el impulso de actividades de ocio vinculadas a la misma; el fomento y modernización de su sector turístico; el impulso de la hospitalidad como elemento diferenciador en la relación entre residentes y turistas así como proporcionar un marco normativo para la acción de las Administraciones Públicas de la Comunitat Valenciana que facilite la preservación y mejora de los recursos turísticos y su planificación y vertebración en el territorio.

Así, su artículo doce establece que *"Turisme Comunitat Valenciana. La Agència Valenciana del Turisme, entidad de Derecho Público, de las previstas en el artículo 2.3.1. 3º y artículo 3.1.c, perteneciente al sector público instrumental e integrado en el sector público administrativo, de la Ley 1/2015, de 6 de febrero, de la Generalitat, de hacienda pública, del sector público instrumental y de subvenciones, se denominará Turisme Comunitat Valenciana"*.

Este cambio de denominación hizo necesaria la creación de una nueva marca institucional representativa de Turisme Comunitat Valenciana, sustituyendo con ello a la anterior. Asimismo, se realizó un manual de aplicación con todas las adaptaciones de las diferentes marcas institucionales y las convivencias entre sí ya que este cambio ha afectado a todos los logotipos existentes, papelería, etc.

El logotipo turístico de la Comunitat Valenciana, fue creado en 1987 por el prestigioso diseñador Pepe Gimeno. Tras varios años de uso en diferentes versiones, se hizo necesario una adaptación para ajustarlo a la evolución de los nuevos soportes y nuevas tendencias de comunicación. Por ello, en 2018, se encargó una actualización del logotipo, así como un manual de aplicación del mismo en sus diferentes versiones, idiomas y soportes.

- ▶ **Diseño de ilustraciones temáticas:** la nueva tendencia del diseño actual es la representación a través de ilustraciones, tanto en material gráfico como en soportes de promoción. Por ello, en 2018 adquirió una colección de ilustraciones temáticas de diferentes recursos turísticos (gastronomía, golf, etc.) para su aplicación a los diferentes soportes de comunicación y así crear una nueva colección de artículos promocionales en sintonía con la línea actual.



- ▶ **Diseño publicaciones Comunitat Valenciana:** Turisme Comunitat Valenciana disponía de una línea de publicaciones cuyo diseño se realizó, en el año 2009. En 2018 se consideró oportuna la renovación de la imagen gráfica de todo el material y sobretodo, la adaptación a las nuevas tendencias de sostenibilidad y de contenidos más prácticos, permitiendo de esta manera una mayor distribución a menor coste.

Por todo ello, se encargó el desarrollo de un nuevo concepto creativo basado en la imagen, así como un manual con pautas de diseño y maquetación de las diferentes publicaciones temáticas.

- ▶ **Roll up:** la publicidad gráfica está muy extendida y, por ello, los *roll up* son un tipo de expositor enrollable para eventos, promociones o ferias muy útil, ligero y versátil.

Como herramienta promocional y para apoyar los eventos, acciones promociones, presentaciones, etc. se realizaron 37 *roll ups* con gráficas distintas para abarcar todas las actividades de Turisme Comunitat Valenciana: marca promocional tanto en castellano como en inglés, marca institucional, Mediterráneo Activo, Mediterráneo Gastronómico, Mediterráneo Natural, Mediterráneo Cultural, gráfica genérica de la Comunitat Valenciana, campaña de publicidad Mediterráneo en Vivo y campaña de publicidad Hospitalitat.

- ▶ **Ferias nacionales e internacionales:** la presencia de Turisme Comunitat Valenciana en las diferentes ferias nacionales e internacionales se apoya en fotografías de carácter turístico que realzan la imagen de la Comunitat Valenciana. Para ello, se han diseñado diferentes gráficas personalizadas para cada mercado, país o producto en las distintas participaciones a las que se ha acudido.

■ 9.4.3. Otras actividades

A. Merchandising: Con el objetivo de reforzar la estrategia de comunicación y el conocimiento de la marca turística Comunitat Valenciana en congresos, ferias y eventos a los que asiste la Turisme Comunitat Valenciana. En 2018 se ha procedido a la producción de los siguientes elementos de merchandising:

- ▶ Bolígrafos varios colores pop: 10.000 unidades.
- ▶ Memorias 8 GB: 2.500 unidades.
- ▶ Lanyards de sublimación a todo color con marcaje marca Comunitat Valenciana. 10.000 unidades.

B. Merchandising Campaña Merditerráneo en Vivo: dentro de la campaña de publicidad y para reforzar el eslogan Mediterráneo en Vivo / Mediterranean Live en los diferentes mercados tanto nacionales como internacionales se han producido varios artículos promocionales para su distribución en ferias, promociones y otras acciones con presencia de la Comunitat Valenciana.

Mercado nacional Mediterráneo en Vivo

- ▶ Bolígrafos palmera luminosa: 1.000 unidades.
- ▶ Gorras varios colores: 3.000 unidades.
- ▶ Abanicos: 2.000 unidades.
- ▶ Llavero náutico: 2.000 unidades.
- ▶ Mochila de sublimación: 2.000 unidades.
- ▶ Libretas 4 colores: 2.000 unidades.
- ▶ iPatch blanco/azules: 8.000 unidades.
- ▶ Bolsas de papel blancas/kraft: 15.000 unidades.
- ▶ Bolsas de algodón: 2.000 unidades.

Mercado nacional Mediterranean Live

- ▶ Abanicos: 1.575 unidades.
- ▶ Pulseras cargador, 4 colores: 1.575 unidades.
- ▶ Bolsas de tela: 1.575 unidades.
- ▶ Portatodo 4 colores: 1.575 unidades.

C. Banco de imágenes turísticas

- ▶ **Cesión de imágenes para entes públicos y medios de comunicación:** siguiendo la línea de colaboración con agentes externos. En 2018, se ha prestado el servicio gratuito de cesión de imágenes a organismos y empresas del sector, así como a medios de comunicación especializados en turismo, tanto dentro como fuera de España. También se han atendido solicitudes de otros departamentos de la Generalitat.
- ▶ **Banco de imágenes:** para propiciar el crecimiento de la actividad turística desde el enfoque del desarrollo sostenible y potenciar las acciones de promoción de la oferta de la Comunitat Valenciana, y sus distintas marcas y productos turísticos, dentro y fuera de su ámbito territorial, se requiere un banco de imagen amplio y actualizado.

Por ello, en 2018 se amplió la contratación de la realización de las imágenes para el Banco de Imágenes de la Comunitat Valenciana con nuevas fotos de destino y recurso turísticos, de productos turísticos y experienciales.

10. ACTIVIDADES DEL PROGRAMA RED DE OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA: XARXA TOURIST INFO



Entre los distintos programas de actuación 2018 de Turisme Comunitat Valenciana aprobados, conforme a su Plan Operativo de Marketing, y al amparo del Libro Blanco para una nueva estrategia turística de la Comunitat Valenciana, el Programa de la Red Tourist Info establece la colaboración con las entidades locales de la Comunitat Valenciana para el mantenimiento de una Red de oficinas de información turística bajo una misma imagen corporativa, basada en la marca turística "Comunitat Valenciana".

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.

En 2018 la Red Tourist Info se adscribió al Área de Marketing y Producto Turístico, en concreto, al Servicio de Producto y Territorio. Esta integración reforzó el papel de la Red como punto de interlocución entre las Administraciones públicas y el tejido empresarial de la Comunitat Valenciana para la generación y promoción de productos y servicios turísticos, sin menoscabo de su esencial dimensión personalísima de atención al turista y su labor como herramienta de marketing de los destinos. Se ha mejorado la dinámica de trabajo con los agentes turísticos locales, procurando la evolución hacia nuevos servicios que se adapten mejor a un mercado más segmentado y exigente. Se ha perseverado en la integración de las tecnologías de la información y comunicación en la gestión y los servicios de atención al turista de acogida y hospitalidad, en consonancia con valores fundamentales de la propuesta turística de la Comunitat Valenciana, con la consolidación y mejora en la formación y dotación de herramientas corporativas.

10.1. GESTIÓN DE LA RED TOURIST INFO

La red Turist Info cuenta con un total de cinco dependencias propias de Turisme Comunitat Valenciana: dos dependencias en la provincia de Alicante (Tourist Info Alicante y Tourist Info Aeropuerto de Alicante-Elche), otras dos en València y una quinta en la provincia de Castellón. Además un gran número de oficinas municipales conveniadas que integran el conjunto de la red.

10.2. COBERTURA DE LA RED

■ 10.2.1. Cobertura jurídica: Convenios

En 2018 el modelo de convenio Tourist Info se ha asentado, tras un periodo de revisión y adaptación del mismo al Decreto 176/2014, de 10 de octubre del Consell y a la entrada en vigor de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, normas por las que se regulan los convenios que suscribe la Generalitat y su registro. Los cambios más importantes afectan a la duración, que pasa a ser de cuatro años y 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.

Además, la entrada en vigor de la Ley 40/2015, así como el Decreto 176/2014 de 10 de octubre, del Consell, obligaron en 2018 a la actualización de los Convenios suscritos con anterioridad a su entrada en vigor.

Puesto que los convenios a suscribir tienen un contenido homogéneo, se consideró necesaria la generación de un "convenio tipo" o modelo de los previstos en la Disposición Adicional Tercera del Decreto 176/2014, de 10 de octubre, del Consell, y el artículo 50, letra a), de la Ley 40/2015, de 1 de octubre de 2015, detallando los municipios y mancomunidades sujetos a la actualización del Convenio Tourist Info, para el desarrollo turístico de esos destinos turísticos, y por extensión de la Comunitat Valenciana. Este Convenio tipo de adhesión a la Red Tourist Info estará operativo durante 2019-2020, con su aplicación en 140 entidades locales de la Comunitat Valenciana.

Turisme Comunitat Valenciana ha suscrito durante 2018 los siguientes nueve convenios de adhesión a la Red Tourist Info:

Provincia	Municipio / Mancomunidad
Alicante	Monòver, Bigastro
Castellón	Atzeneta del Maestrat, Mancomunitat Espadà Millars, Culla, La Vila-Vella, Villahermosa del Río
València	Barx, Mancomunitat Vall d'Albaida

Turisme ha firmado, además, en 2018 un Convenio con AENA para la renovación de la cesión de superficie y estructura modular para la Oficina Tourist Info Aeropuerto de Alicante-Elche.

10.2.2. Cobertura territorial

En 2018 se cerró con 23 puntos de información temporales y 216 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. Al margen de las oficinas cuya titularidad corresponde a Turisme, las oficinas Tourist Info se gestionan en colaboración con 163 entidades locales –y el Aeropuerto de Castellón–.

Se ha producido un incremento interanual en el número de Oficinas adscritas a la Red Tourist Info de casi un 5 %.

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

Provincia	Número de Oficinas	% sobre total de la C. V
Alicante	80	37,1
Castellón	61	28,2
València	75	34,7

La Red *Tourist Info* presenta una cobertura territorial comarcal del 100% (con presencia en las 34 comarcas de la Comunitat). Y con la siguiente desagregación:

Provincia de Alicante		
Comarca	Número de Oficinas	% sobre total de la C. V
El Baix Segura/El Bajo Segura	15	18,75
El Baix Vinalopó	7	8,75
El Comtat	3	3,75
El Vinalopó Mitjà	7	8,75
L'Alacantí	10	12,50
L'Alcoià	5	6,25
L'Alt Vinalopó/Alto Vinalopó	4	5,00
La Marina Alta	16	20,00
La Marina Baixa	13	16,25

Provincia de Castellón		
Comarca	Número de Oficinas	% sobre total de la CV
El Alto Mijares	3	4,92
El Alto Palancia (Cs)	5	8,20
El Baix Maestrat	14	22,95
Els Ports	3	4,92
L'Alcalatén	2	3,28
L'Alt Maestrat	7	11,48
La Plana Alta	14	22,95
La Plana Baixa	13	21,31

Provincia de València		
Comarca	Número de Oficinas	% sobre total de la CV
El Camp de Morvedre	3	4,00
El Camp de Túria	6	8,00
El Rincón de Ademuz	2	2,67
El Valle de Cofrentes-Ayora	4	5,33
L'Horta Nord	6	8,00
L'Horta Oest	3	4,00
L'Horta Sud	1	1,33
La Canal de Navarrés	3	4,00
La Costera	3	4,00
La Hoya de Buñol	2	2,67
La Plana de Utiel-Requena	2	2,67
La Ribera Alta	6	8,00
La Ribera Baixa	3	4,00
La Safor	15	20,00
La Vall d'Albaida	6	8,00
Los Serranos	4	5,33
València	6	8,00

Turisme Comunitat Valenciana ha incorporado durante 2018 nueve nuevas oficinas:

1. Tourist Info Bigastro (Alicante).
2. Tourist Info Monòver (Alicante).
3. Tourist Info Atzeneta del Maestrat (Castellón).
4. Tourist Info Espadà Millars (Castellón).
5. Tourist Info Culla (Castellón).
6. Tourist Info La Vila Vella (Castellón).
7. Tourist Info Villahermosa del Río (Castellón).
8. Tourist Info Barx (Valencia).
9. Tourist Info Vall d'Albaida (Valencia).

Turisme Comunitat Valenciana trabajó también en 2018 en la modernización de la imagen y mejora de las instalaciones de las Tourist Info. Dentro de las ayudas de Turisme Comunitat Valenciana dirigidas a las entidades locales de la Comunitat Valenciana, el Programa 1 «Inversión y mejora de los servicios y recursos turísticos, subprograma 9 Inversiones en oficinas de información turística adheridas a la Red Tourist Info de la Comunitat Valenciana», que recoge como actuaciones subvencionables los proyectos de inversión en oficinas de información turística adheridas en la Red Tourist Info que tengan como objeto la mejora de los servicios al turista en destino a través de la adecuación, renovación o modernización de sus instalaciones, se han considerado favorablemente 8 proyectos (3 en la provincia de Alicante, 4 en la provincia de València y 1 en la provincia de Castellón).

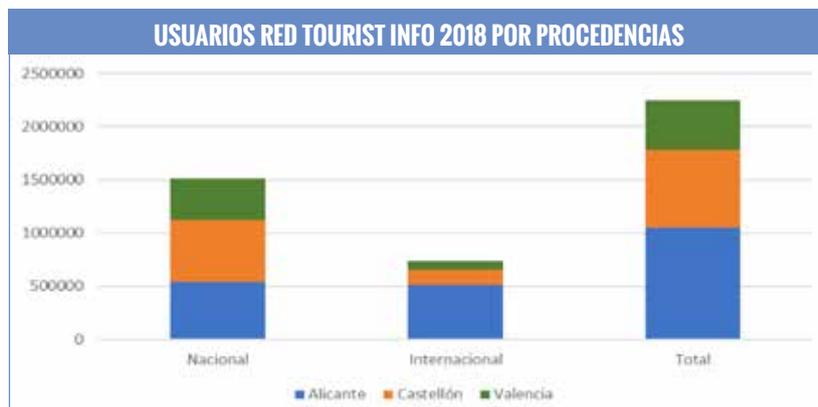
De igual modo, Turisme Comunitat Valenciana ha apoyado la prestación de servicios turísticos, de forma singular en la Red Tourist Info, a través del Programa 2, Subprograma 2.3 de las ayudas convocadas en 2018 y dirigidas a las entidades locales de la Comunitat Valenciana, con un elevado grado de participación.

En cuanto al modelo de gestión y relación interadministrativa, en 2018, Turisme Comunitat Valenciana y la Fundación Turismo València Convention Bureau de la Comunitat Valenciana han colaborado en la prestación de servicios de información turística, compartiendo una misma sede física con el fin de optimizar los recursos existentes, mediante la autorización de ocupación de la oficina de información turística Tourist Info València-Paz a favor de la Fundación Turismo València Convention Bureau de la Comunitat Valenciana, para prestar servicio de información turística.

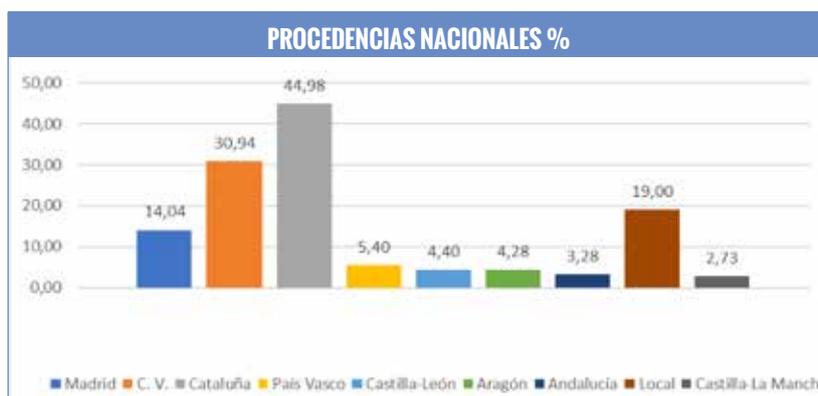
10.3. INDICADORES DE SERVICIO: HOSPITALIDAD

■ 10.3.1. Indicadores cuantitativos

El conjunto de la Red atendió en 2018 un total de 2.365.277 de demandas de información en destino, lo que representa un 2,75 % más que en 2017. En total, y según el Registro estadístico de la Red Tourist Info, son 2.247.813 personas las que han visitado las Oficinas y puntos de la Red. Las procedencias nacionales representan el 67,31 % en el conjunto. Los usuarios/viajeros internacionales acuden en menor número a las Oficinas de la Red, frente a los nacionales, en Castellón y València, mientras que en Alicante se reparten al 50 %.



Fuente: Sistema estadístico Red Tourist Info. Elaboración propia.



Fuente: Sistema estadístico Red Tourist Info. Elaboración propia.



Fuente: Sistema estadístico Red Tourist Info. Elaboración propia.

Las Oficinas Tourist Info de titularidad autonómica –Tourist Info Castellón, Valencia-Paz (sin datos desde julio de 2017), Marina Real, Alicante y Aeropuerto de Alicante-Elche– atendieron en 2018 un total de 194.864 de demandas de información en destino. En total y según el Registro estadístico de la Red Tourist Info, son 137.347 personas las que han visitado estas Oficinas.

10.3.2. Indicadores cualitativos

El proceso de la Encuesta Tourist Info correspondiente al año 2018 ha abarcado todos los meses del año. No obstante, se distinguen dos modelos de encuesta:

- ▶ **Encuesta simplificada**, 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 del año en curso por parte de las oficinas certificadas en calidad.
- ▶ **Encuesta completa o de verano**, donde además de lo reseñado para la simplificada, se han añadido datos de toma de decisión del viaje, alojamiento, motivaciones, etc. Este formato de encuesta se aplica de julio a septiembre y compete a la Red en su conjunto los meses de verano.

En 2018 se han cumplimentado entre ambas encuestas un total de 12.923 cuestionarios.

OBJETIVOS DE INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA TOURIST INFO

- Conocimiento del perfil del usuario de la oficina Tourist Info objeto del estudio.
- Averiguación del grado de satisfacción del usuario de la red a cerca de su visita a la Comunitat Valenciana.
- Evaluación del nivel de calidad de las oficinas Tourist Info.

■ 10.3.2. Indicadores cualitativos

A. Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente de verano.

La Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente de verano procesó en 2018 un total de 7.261 cuestionarios de 121 oficinas. El 63,5 % del total de los encuestados eran residentes en España, el 35,3 % extranjeros (y el 1,2% n.c.). Del total de extranjeros, el 94,5% eran residentes europeos y el 4,2% residentes americanos.

Los resultados de la encuesta no permiten, en atención a su metodología, su extrapolación estadística al conjunto de la demanda de la Comunitat Valenciana; sin embargo, esta encuesta sí resulta significativa para el universo de personas que visitan las oficinas de la Red Tourist Info.

En dicha encuesta, la Red en su conjunto registró la satisfacción de expectativas del cliente sobre la oficina visitada con una media de 9,60 puntos sobre 10 -ligeramente por encima de 2017- y con una media de 9,49 puntos sobre 10 -ligeramente por encima de 2017- la atención y servicios ofrecidos en las mismas.

Los usuarios de la Red Tourist Info otorgan una puntuación media en 2018 sobre la atención y servicios ofrecidos de 9,49 puntos sobre 10

Los usuarios de la Red Tourist Info otorgan una puntuación media en 2018 sobre cumplimiento de expectativas de 9,60 puntos sobre 10

Además, un 49,3 % –por encima de 2017– indicó haber visitado más de una oficina, un claro signo de fidelidad y satisfacción del servicio ofrecido por la Red Tourist Info. Un 59,8 % declaró conocer la Red Tourist Info, lo que significa, extrapolando este porcentaje sobre el total de usuarios de la Red -2.247.813 personas-, que cerca de 1.344.000 personas usuarias de la Red ya la conocían con anterioridad.

B. Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente simplificada.

Por otro lado, la Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente simplificada procesó en 2018 un total de 5.662 cuestionarios de 27 Oficinas. El 50 % del total de los encuestados eran residentes en España, el 49,40 % eran extranjeros y el 0,60 % n.c. Del total de extranjeros, el 95,49 % eran residentes europeos y el 3,50 eran residentes americanos.

En dicha encuesta, la Red en su conjunto registró la satisfacción de expectativas del cliente sobre la oficina visitada con una media de 9,64 puntos sobre 10 –ligeramente por encima de 2017– y con una media de 9,56 sobre 10 ligeramente por encima de 2017- la atención y servicios ofrecidos en las mismas.

Los usuarios de la Red Tourist Info otorgan una puntuación media en 2017 sobre la atención y servicios ofrecidos de 9,56 puntos sobre 10

Los usuarios de la Red Tourist Info otorgan una puntuación media en 2017 sobre cumplimiento de expectativas de 9,64 puntos sobre 10

Además, un 47,37 % indicó haber visitado más de una oficina, un claro signo de fidelidad y satisfacción del servicio ofrecido por la Red Tourist Info y un 49,66% declaró conocer la Red Tourist Info.

10.4. ORIENTACIÓN AL CLIENTE: PLAN DE CALIDAD

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

La Red cuenta con oficinas certificadas según las siguientes normas UNE/ISO:

- ▶ Norma UNE-ISO 14785, Oficinas de Información Turística –Q–.
- ▶ Norma UNE-EN ISO 9001, Sistemas de gestión de la calidad.
- ▶ Norma UNE-EN ISO 14001, Sistemas de gestión ambiental.
- ▶ Norma UNE 170001, Accesibilidad.

Por otro lado, la Red cuenta con oficinas distinguidas con el Sistema de Calidad Integral en Destinos. La Comunitat Valenciana cerró 2018 con 77 certificaciones o distinciones de calidad. A lo largo de 2018 se superaron de forma satisfactoria 77 pruebas de auditoría externa o Evaluación: 28 certificadas con la Q de Calidad Turística; 7 oficinas realizaron la evaluación de la ISO 9.001; una oficina la de la norma ISO 14.001 (gestión medioambiental); 1 distinguida con la UNE 17.001 de Accesibilidad Integral y 40 oficinas con el Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos –SICTED–.

	Q	SICTED	ISO 9001	ISO 14001	UNE 170001	TOTAL
Alicante	10	20	1	0	0	31
Castellón	9	7	0	1	0	17
València	9	13	6	0	1	29
TOTALES	28	40	7	1	1	77

Según los datos que publica el ICTE (Instituto de Calidad Turística de España), la Comunitat Valenciana es la segunda Comunidad Autónoma con mayor número de oficinas certificadas con la Q y de oficinas distinguidas en el SICTED.

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

En 2018 se celebraron dos reuniones del Comité:

- ▶ 24a Reunión del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info en formato virtual, Invat-tur, Benidorm, 14 de junio de 2018.
- ▶ 25a Reunión del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info, durante las XVII Jornadas de la Red celebradas en Manises y Riba-roja, 28 de noviembre de 2018.

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

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

Asimismo, las oficinas propias de Turisme, emplazadas en las capitales de provincia, han prestado apoyo informativo a otros servicios de información turística en su provincia, y han cubierto aquellos destinos que no cuentan con oficina propia, a través de generación de contenidos en el Portal turístico de la Comunitat Valenciana, bases de datos, etc.

En 2018 se registraron 230 acciones de asistencia técnica y coordinación con desplazamiento de los coordinadores, y personal propio, en las tres provincias hasta los destinos. Esto significa que más de la mitad de los días hábiles del año se ha prestado in situ asistencia técnica a la Red. Estas actividades se desglosan como sigue:

- ▶ Visitas técnicas, auditorias, asistencia oficinas, etc.: 117
- ▶ Sustituciones de personal (Alicante a Aeropuerto): 40
- ▶ Presentaciones, actos, reuniones sector, etc.: 24
- ▶ Cursos y motivos varios: 49

Por último, en 2018 se han atendido 323 peticiones masivas de material turístico impreso para su distribución en congresos, eventos, reuniones y establecimientos turísticos. También se ha colaborado en la distribución entre las oficinas de la Red Tourist Info del material impreso editado por otras entidades, establecimientos y asociaciones de carácter turístico.

10.6. COLABORACIÓN CON LOS CENTROS FORMATIVOS Y UNIVERSIDADES VALENCIANAS

Las oficinas Tourist Info propias recibieron en 2018 un total de 14 alumnos en prácticas procedentes de distintos centros públicos de formación profesional (Módulo de Comercialización y Promoción Turística) y universidades valencianas (Grados de Turismo, Traducción e Interpretación, Estudios Ingleses y Comercio Exterior). Estos alumnos realizaron en torno a 4.000 horas de prácticas curriculares.

Los alumnos que realizan estas prácticas participan de las tareas básicas, en los centros donde están destinados, y reciben, a través del personal del Servicio y de los cursos del Plan de Formación, conocimientos para su capacitación profesional como informadores o técnicos, según el destino.

Es una potente herramienta de difusión de la Red entre los futuros profesionales del turismo, tanto universitarios como de Formación profesional.

Se realizaron, además, distintas visitas guiadas a las Tourist Info propias solicitadas para alumnos nacionales e internacionales, donde se explicó la gestión de las mismas, herramientas de trabajo, sistemas de calidad, servicios al turista, etc.

10.7. CUALIFICACIÓN DEL EQUIPO HUMANO: EL PLAN DE FORMACIÓN

Para garantizar al visitante la mejor estancia, el servicio se ha de orientar estratégicamente a la satisfacción y fidelización del turista a través de la hospitalidad y la excelencia. Por ello, la calidad y profesionalidad de los recursos humanos son dos parámetros permanentes para reforzar la labor que realiza la Red Tourist Info y, en última instancia, optimizar el consumo turístico dinamizando el gasto en destino.

Las estrategias de marketing de Turisme establecen líneas de actuación para alcanzar la excelencia en la atención al cliente, a través del ya mencionado Plan de Calidad y del Programa de Formación de la Red Tourist Info.

En colaboración con empresas, administraciones turísticas y otras entidades, en 2018 se realizaron 18 jornadas formativas, con un total de 107 horas de duración y una participación de 450 asistentes. Las actividades se llevaron a cabo bajo distintos formatos como famtrip, jornadas de destino, presentaciones de productos, cursos, encuentros, talleres, etc., persiguiendo siempre reforzar las técnicas profesionales del personal de frontera y mantener al día su conocimiento de la oferta. Por otra parte, gracias a la cobertura de la Red de CdT's, se consiguió acercar la formación a las oficinas, realizando ediciones por provincia del mismo curso.

Entre los famtrip realizados cabe destacar los de destino en la Canal de Navarrés, Montanejos, Catí, Vall de Pop; los de producto, en Elda y Petrer, Almoradí, Oceanografic, Club Temps en las tres provincias, y turismo accesible. Así mismo, se han desarrollado acciones formativas tecnológicas.

En cuanto a contenidos competenciales, se ha trabajado la gestión de calidad, tecnologías, creación de productos, entre otras materias, contenidos dirigidos a técnicos e informadores turísticos de la Red.

En noviembre de 2018 se convocaron, en colaboración con los Ayuntamientos de Manises y Riba-Roja, las XVII Jornadas de la Red Tourist Info. En esta edición se reunieron más de 100 informadores y técnicos municipales de 74 destinos. Durante 2 días, los informadores pudieron conocer de primera mano el modelo turístico de ambas ciudades, su patrimonio, cultura y gastronomía, así como la presentación del programa Creaturisme de Turisme Comunitat Valenciana.

10.8. SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Recogen de forma sistemática la información actualizada de la oferta turística con un doble objetivo: integrar tecnológicamente la información generada por los diferentes actores del destino en un solo contenedor y difundir la oferta turística a lo largo de todas las oficinas de la Red, mediante herramientas tecnológicas y procedimientos corporativos.

WINSITUR y MANTUR (bases de datos de la oferta turística). Cuentan a diciembre de 2018 con 27.294 registros –un 1,5 % más que en 2017–, de los cuales, los correspondientes a oferta complementaria se mantienen de forma descentralizada desde las oficinas, con la supervisión de las oficinas propias. Se carecen de datos del conjunto de la Red. A título de ejemplo, señalar que las Oficinas Tourist Info Alicante y Tourist Info Aeropuerto de Alicante-Elche realizaron entre ambas un total de 6.678 modificaciones/validaciones de la base de datos Winsitur en 2018 –un 4,1 % más que en 2017–.

- ▶ Agenda Tourist Info (Portal Turístico comunitatvalenciana.com): las oficinas publican y actualizan diariamente en internet información sobre los eventos culturales y de ocio que se celebran en los destinos. Se trata de un contenido con un alto nivel de demanda. Se carecen de datos del conjunto de la Red. A título de ejemplo, señalar que la Oficina Tourist Info Alicante publicó 245 páginas web en 2018.
- ▶ Redes sociales: La actividad virtual de las oficinas en Facebook y en otros canales facilita la relación con el turista y el sector empresarial.

En 2018 se siguió consolidando la presencia en redes sociales y potenciando tanto la participación de las oficinas propias, con sus perfiles propios, así como de las oficinas conveniadas que van aumentando su presencia en otros canales como Twitter, Instagram, Youtube, enter otros.

- ▶ Fan Page Tourist Info Alicante en Facebook: 2.581 seguidores (un incremento del 11 % con respecto al año anterior).
- ▶ Fan Page Tourist Info Castellón en Facebook: 4.972 seguidores (un incremento del 10 % con respecto al año anterior).
- ▶ Fan Page Red Tourist Info: 4.867 seguidores (un incremento del 2 % con respecto al año anterior).

10.9. PROYECTOS DE INNOVACIÓN

Turisme Comunitat Valenciana trabaja conjuntamente con las entidades locales en la modernización de las oficinas y en el impulso de nuevos servicios que acerquen a la Red Tourist Info a las exigencias de la información turística del S.XXI: la tematización de oficinas, las redes sociales como nuevos canales para ofrecer información al cliente en todas las fases del viaje, un número creciente de oficinas que ofrecen conexión Wifi gratuita a los turistas, integración de códigos "QR" para el acceso a la descarga de folletos o apps turísticas, o las cerca de 30 oficinas que disponen de soportes de marketing dinámico como pantallas táctiles 24h o pantallas para la difusión de información.

Durante 2018 se han promovido varios proyectos de innovación para el conjunto de la Red, combinando elementos tecnológicos con nuevos servicios para los usuarios de las Oficinas Tourist Info, así como convocando la II Edición del premio a la Innovación en la Red Tourist Info.

■ 10.9.1. Premio a la Innovación de la Red Tourist Info 2018

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 cuatro 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.
- ▶ Grado de adaptabilidad al conjunto de Oficinas de la Red Tourist Info.

En atención a esos criterios, se proclamó a la Oficina Tourist Info Vall de Pop, con su proyecto Vall de Pop VadeSentits, ganadora del II Premio a la Innovación en la Red Tourist Info de la Comunitat Valenciana.

El proyecto ganador representa una propuesta donde se refuerzan los valores de hospitalidad, creatividad y sostenibilidad con la interpretación y puesta en valor del patrimonio unido a experiencias sensoriales. Se desarrolla en un ámbito territorial amplio e incluye elementos tecnológicos. También se valora de manera singular el grado de adaptabilidad del proyecto al conjunto de la Red Tourist Info.

- ▶ Experiencia sensorial a través de los cinco sentidos del patrimonio natural y cultural.
- ▶ «Musealización del territorio» en un dispositivo móvil sin la necesidad de crear una gran infraestructura.
- ▶ La experiencia se puede «sentir» de forma individual mediante un smartphone o en grupo con una guía especializada que ofrece la experiencia sensorial.

Así mismo, dado el alto nivel alcanzado por las propuestas presentadas en la edición 2018, se acordó otorgar el Accésit previsto en la Base 7a de la Convocatoria del Premio a Tourist Info Benidorm Centro y Tourist Info València Ayuntamiento, ganadoras, ex aequo, del Accésit del II Premio a la Innovación en la Red Tourist Info de la Comunitat Valenciana.

Los proyectos a los que se les otorga el Accésit representan una propuesta donde se refuerza el compromiso de hospitalidad con la mejora de accesibilidad a todos los niveles y la generación de nuevos servicios que ofrezcan mayor satisfacción a los visitantes.

- ▶ Espacios y servicios: Dispositivo Free Wifi; Video Wall; gestor de colas; estación de carga de móviles para los visitantes; tablet de valoración del nivel de satisfacción de visitante; sala de descanso y consulta para el turista.
- ▶ Accesibilidad: Planos tacto-visuales en formato A3; Punto de información táctil: quiosco interactivo adaptado a personas con diversidad funcional; Aplicación Map's Voice; Planos hápticos.

■ 10.9.2. Nuevos productos y servicios

En 2018 se ampliaron las novedades introducidas en 2017, tales como sistemas de mensajería instantánea, con un incremento interanual de 21 puntos porcentuales de consultas en 2018 respecto a 2017, y Tourist Info Kids, entre otros.

Y además se reforzaron otras líneas como son:

- ▶ Generación de nuevos productos turísticos, de la mano del avance tecnológico y la calidez en la atención personal.
- ▶ Participación en proyectos de inteligencia turística.
- ▶ Zonas de acogida y servicios singulares para turistas que viajan en familia, con necesidades especiales, con mascotas, entre otros.
- ▶ Accesibilidad de las Oficinas Tourist Info y de la información disponible.

10.10. FOMENTO DE LA HOSPITALIDAD TURÍSTICA

Toda la actividad de la Red Tourist Info se desarrolla conforme a parámetros de hospitalidad, acogida y atención personalizada.

Ciudadanos y turistas de la Comunitat Valenciana celebraron el Día Mundial del Turismo 2018 participando con las oficinas de la Red Tourist Info en las numerosas actividades que se organizaron a lo largo de toda la Comunitat Valenciana, con un tema común: "El Turismo sostenible como instrumento del desarrollo".

Turisme impulsó este programa de puertas abiertas dentro de la campaña "Sé turista en tu ciudad. Turismo somos todos, todo es turismo", para sensibilizar a las instancias decisorias de los sectores público y privado, y al público en general, respecto a la contribución del turismo sostenible al desarrollo, movilizándolo a la vez a todos los interesados para que trabajen juntos con el fin de hacer del turismo un catalizador de cambio de modelo económico y de bienestar social.

10.11. LA RED TOURIST INFO 2018 EN CIFRAS

Cobertura territorial	163 entidades locales adheridas. 216 oficinas Tourist Info. 23 puntos de Información Turística. 9 nuevas Oficinas Tourist Info en 2018
Indicadores de servicio cuantitativos	2.247.813 personas atendidas en la Red en 2018. Nacionales: 1.513.125 Internacionales: 734.688
Indicadores de servicio cualitativos	12.923 encuestas de satisfacción cumplimentadas en la Red Tourist Info
Encuesta Tourist Info verano	7.261 encuestas de satisfacción cumplimentadas en la Red Tourist Info. 121 oficinas participantes. 9,49 puntos sobre 10 de media de valoración de los servicios Oficinas. 9,60 puntos sobre 10 de media en cumplimiento de expectativas Oficinas.
Encuesta Tourist Info simplificada	5.662 cuestionarios cumplimentados. 27 oficinas participantes (oficinas certificadas o distinguidas de en calidad). 9,56 puntos sobre 10 de media de valoración de los servicios Oficinas. 9,64 puntos sobre 10 de media en cumplimiento de expectativas Oficinas
Orientación al cliente: Plan de Calidad	77 certificaciones o distintivos de calidad. 28 certificaciones UNE-ISO 14785 -Q. 7 certificaciones ISO 9001. 1 certificación ISO 14001. 1 certificación UNE 170001. 40 distintivos SICTED.
Asistencia a destinos de la coordinación de la Red	117 acciones de asistencia técnica in situ
Colaboración con centros formativos de Oficinas propias	14 alumnos en prácticas de Grados de Universidades públicas y/o IES de módulos de formación profesional 4.000 horas de prácticas curriculares
Plan de formación Red Tourist Info	18 jornadas formativas, incluidas las XVI Jornadas de la Red Tourist Info, Elx 2017. 107 horas de formación. 450 participantes entre técnicos e informadores de la Red.
Sistemas Información turística WINSITUR	27.294 registros. 6.678 modificaciones/validaciones Winsitur/Mantur.
Proyectos de Innovación	El premio a la Innovación en la Red Tourist Info: Premio. Tourist Info Vall de Pop. Accésits: Tourist Info Benidorm Centro, Tourist Info València Ayuntamiento Zonas de acogida y servicios singulares. Accesibilidad oficinas Tourist Info.

Este informe de gestión recoge la
Memoria de Actividad de
Turisme Comunitat Valenciana
correspondiente al
ejercicio 2018.

FRANCESC COLOMER SÁNCHEZ

Presidente de Turisme Comunitat Valenciana

Junio 2019



GENERALITAT
VALENCIANA



TURISME
GENERALITAT VALENCIANA