



2019

INFORME DE GESTIÓN



GENERALITAT
VALENCIANA



TURISME
COMUNITAT VALENCIANA

- CONTENIDO -

1. ORDENACIÓN Y TRAMITACIÓN TURÍSTICA

1.1. NORMATIVA

- 1.1.1. Modificación de la Ley 15/2018, de 7 de junio, de la Generalitat, de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana.
- 1.1.2. Tramitación del Decreto 5/2020, de regulación del estatuto del municipio turístico de la Comunitat Valenciana.
- 1.1.3. Tramitación del Decreto 7/2020, de regulación de los órganos para la coordinación de la acción turística y la gestión de la política turística.
- 1.1.4. Tramitación del Decreto 15/2020, de disciplina turística en la Comunitat Valenciana
- 1.1.5. Tramitación del proyecto de Decreto regulador de los establecimientos de alojamiento turístico de la Comunitat Valenciana.

1.2. REGISTRO DE TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

1.3. GESTIÓN DE PROCEDIMIENTOS ESPECIALES

- 1.3.1. Accesibilidad
- 1.3.2. Declaraciones de Interés Comunitario (DICs)
- 1.3.3. Autorregistro de viviendas de uso turístico

1.4. TRAMITACIÓN DE RECURSOS

1.5. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA TRAMITACIÓN TURÍSTICA

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

1.6. PROFESIONES TURÍSTICAS. GUÍAS DE TURISMO

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

2. ASISTENCIA E INSPECCIÓN TURÍSTICA

2.1. PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS

2.2. CONTROL CUMPLIMIENTO NORMATIVA TURÍSTICA

- 2.2.1. Gestión de reclamaciones e inspección
- 2.2.2. Actividades contra el intrusismo
- 2.2.3. Plan de inspección 2019
- 2.2.4. Tramitación de expedientes sancionadores y recursos
- 2.2.5. Aplicación corporativa sancionadora

2.3. DECLARACIONES DE INTERÉS TURÍSTICO

- 2.3.1. Fiestas de interés turístico autonómico
- 2.3.2. Fiestas de interés turístico provincial
- 2.3.3. Fiestas de interés turístico local
- 2.3.4. Itinerarios de interés turístico local
- 2.3.5. Publicación de interés turístico
- 2.3.6. Fiestas de interés turístico nacional e internacional

2.4. PLANES DE GOBERNANZA Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

3. COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

3.1. ACCETUR: ITINERARIOS DE EMPRENDIMIENTO Y COMPETITIVIDAD TURÍSTIC

- 3.1.1. Programa: Difusión y cualificación
- 3.1.2. Programa: Creación e impulso de empresas.
- 3.1.3. Programa: Avanza Pyme

3.2. EXCELENCIA Y LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

- 3.2.1. SICTED – Calidad integrada en destinos turísticos
- 3.2.2. QUALITUR CLUB - Impulso a la certificación de modelos de excelencia
- 2.2.3. Fomento de la sostenibilidad en el turismo de la Comunitat Valenciana

3.3. PROGRAMAS DE AYUDAS

- 3.3.1. Ayudas dirigidas a Entidades Locales
- 3.3.2. Ayudas dirigidas a Empresas, Asociaciones, Federaciones y Fundaciones
- 3.3.3. Ayudas dirigidas a la lucha contra el intrusismo en la oferta de alojamiento turístico y al fomento del turismo social.

3.4. ESTADÍSTICAS DE TURISME CVCVDE LA COMUNITAT VALENCIANA

- 3.4.2. Operaciones en el marco del Plan Valenciano de Estadística 2007-2010
- 3.4.3. INTETUR: nueva plataforma de inteligencia turística de Turisme CVCVCV

3.4.4. Difusión

3.5. ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN

3.5.1. Estudios realizados en 2019

3.5.2. Papers de Turisme CVCV

3.6. ACCIONES DE APOYO A LAS ACTUACIONES DE POLÍTICA TURÍSTICA

3.6.1. Apoyo técnico a la presidencia y dirección de Turisme CVCVCV

3.6.2. Premis Turisme CVCVCV

3.7. TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN COLABORACIÓN CON LAS UNIVERSIDADES DE LA COMUNITAT VALENCIANA

3.8. PROYECTOS EUROPEOS Y RELACIONES INTERNACIONALES

4. INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS

4.1. INFRAESTRUCTURAS DE LITORAL

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

4.1.2. Suministro e instalación de nuevos elementos de infraestructura turística

4.1.3. Otras actuaciones de suministro e instalación de material

4.2. INFRAESTRUCTURAS DE CDT

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

4.2.2. Centro de Desarrollo y Aceleración Turística de València

4.3 OTRAS ACTUACIONES

4.4. ASESORAMIENTO E INFORMES PRECEPTIVOS

4.4.1. Asesoramiento

4.4.2. Informes preceptivos

5. FORMACIÓN E INNOVACIÓN TURÍSTICA

5.1. ACCIONES DE FORMACIÓN TURÍSTICA

5.1.1. Cualificación continua

5.1.2. Formación para el empleo

5.1.3. Otras actuaciones

5.1.4. Becas de especialización turística

5.2. FOMENTO DE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA

- 5.2.1. Oficina DTI
- 5.2.2. Inteligencia competitiva y vigilancia tecnológica
- 5.2.3. Proyectos I+D+i
- 5.2.4. Laboratorio de cocina
- 5.2.5. Comunicación y transferencia de resultados

6. PRODUCTO Y TERRITORIO

6.1. PROGRAMA CREATURISME: ACTUACIONES CONJUNTAS

- 6.1.1 EXPERIENCIAS CV

6.2. ACTUACIONES POR PRODUCTOS

- 6.2.1. MEDITERRANEO ACTIVO/DEPORTIVO
- 6.2.2. MEDITERRANEO TURISMO NATURAL Y RURAL
- 6.2.3 MEDITERRANEO CULTURAL: ITINERARIOS, RUTAS, REDES CULTURALES

6.3. RED GASTRO TURÍSTICA CV – L'EXQUISIT MEDITERRANI

- 6.3.1 Red GastroTurística CV
- 6.3.2. Plan de Acción del Turismo Gastronómico
- 6.3.3. Marca del producto gastronómico Comunitat Valenciana

7. PROMOCIÓN

7.1. FERIAS

- 7.1.1. Ferias y Certámenes Turísticos nacionales
- 7.1.2. Ferias y Certámenes Turísticos celebrados en otros países

7.2.- WORKSHOPS, JORNADAS INVERSAS Y PRESENTACIONES

- 7.2.1. Mercado NACIONAL
- 7.2.2. Mercado INTERNACIONAL

7.3.- VIAJES DE PRENSA Y FAMILIARIZACIÓN

- 7.3.1. Mercado NACIONAL
- 7.3.2. Mercado INTERNACIONAL

7.4. OTRAS ACCIONES

8. PUBLICIDAD, MARKETING ONLINE, Y COMUNICACIÓN OFFLINE

8.1. REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS Y ACTUACIONES DE PUBLICIDAD

8.1.1. Campaña de publicidad autonómica, nacional e internacional 2018-2019

8.1.2 - Producción de roll ups

8.1.3. Ampliación de los derechos de locución, música, modelos y adaptación de los spots de Mediterráneo en Vivo

8.1.4. Servicio de locución y sonorización de videos en idiomas internacionales

8.1.5. Adaptaciones gráficas para el apoyo en la promoción turística

8.2. PROMOCIÓN ESPECÍFICA

8.3. MARKETING ON LINE

8.3.1. Portal turístico www.comunitatvalenciana.com

8.3.4. Estrategia de Marketing Online para la Comunitat Valenciana 2017-2019

8.4. COMUNICACIÓN OFFLINE

8.4.1 Reimpresiones y nuevas ediciones

8.4.2 Merchandasing

8.4.3 Banco de imágenes turísticas

9. OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA. RED TOURIST INFO

9.1. GESTIÓN DE LA RED TOURIST INFO. CIFRAS 2019

9.2. COBERTURA DE LA RED

9.2.1. Cobertura jurídica - Convenios

9.2.2. Cobertura territorial

9.2.3 Refuerzo de la imagen corporativa

9.3. ORIENTACIÓN AL CLIENTE

9.3.1 Plan de formación

9.3.2. Fomento de la Hospitalidad turística

9.3.3 Asistencia y soporte a destinos, empresas y entidades

9.3.4. Plan de calidad

9.4 - SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

9.5. PROYECTOS DE INNOVACIÓN

9.5.1. Premio a la Innovación de la Red Tourist Info 2019

9.5.2 - Nuevos productos y servicios

9.6. INDICADORES DE SERVICIO

9.6.1- Indicadores cuantitativos

9.6.2. Indicadores cualitativos

1

ORDENACIÓN Y TRAMITACIÓN TURÍSTICA

DIRECCIÓN GENERAL DE TURISME

1.1. NORMATIVA

1.1.1. Modificación de la Ley 15/2018, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana.

A efectos de subsanar distorsiones, aclarar preceptos y ajustar el régimen disciplinario aplicable a la realidad jurídico-social del sector, se tramitó la incorporación de un artículo que introdujo la Ley 9/2019, de 23 de diciembre, de la Generalitat, de medidas fiscales, de gestión administrativa y financiera y de organización de la Generalitat, incorporando una serie de modificaciones a la Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana, entre las cuales cabe destacar:

- La determinación del sentido del silencio administrativo en el trámite de solicitud de dispensa de requisitos establecidos por la normativa aplicable.
- El ajuste al principio de proporcionalidad de las infracciones a dicha normativa y el régimen transitorio aplicable a los procedimientos sancionadores.

1.1.2. Tramitación del Decreto 5/2020, de regulación del estatuto del municipio turístico de la Comunitat Valenciana.

Durante el 2019 se tramitó el proyecto de decreto del Consell, de regulación del estatuto del municipio turístico de la Comunitat Valenciana; la norma fue aprobada y publicada en el DOGV el 17 de enero de 2020.

El decreto desarrolla los artículos 29 y 30 de la Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana, y regula:

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

1.1.3. Tramitación del Decreto 7/2020, de regulación de los órganos para la coordinación de la acción turística y la gestión de la política turística.

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

El decreto desarrolla los capítulos 3 y 4 del Título I del Libro I de la Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana, y vino a satisfacer las siguientes necesidades:

- a. Regular la composición, organización y funciones de los órganos para la coordinación de la acción turística, y concretamente:
 - El Consejo Valenciano del Turismo, como órgano colegiado superior de consulta y asesoramiento del Consell en materia de turismo.
 - La Comisión Interdepartamental de Turismo, como órgano colegiado y transversal del Consell,

dirigido a facilitar la coordinación, la colaboración, el estudio, la propuesta, la programación y el seguimiento de las actuaciones institucionales de la administración autonómica sobre la actividad turística.

- El Comité de Ética del Turismo, como órgano consultivo encargado de impulsar la implementación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo, y en concreto, su adaptación a la idiosincrasia de la Comunitat Valenciana, a través del Código Ético del Turismo Valenciano.
- b. Regular la naturaleza y estructura del organismo público para la gestión de la política turística, Turisme CVCVCV, su objeto, organización, régimen jurídico, facultades y funcionamiento de sus órganos, así como, el resto de funciones de los órganos de la entidad.
- c. Regular la estructura básica de Turisme CVCVCV, desarrollando las funciones, composición y régimen de funcionamiento del Comité estratégico de Gestión, el Comité de Dirección, la Presidencia, la Vicepresidencia, la Dirección y la Secretaría General.

1.1.4. Tramitación del Decreto 15/2020, de disciplina turística en la Comunitat Valenciana

Durante el 2019, se tramitó el proyecto de decreto del Consell, de disciplina turística en la Comunitat Valenciana; la norma fue aprobada y publicada en el DOGV el 06 de febrero de 2020. El decreto desarrolla el Título II del Libro III de la *Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana* y vino a satisfacer las siguientes necesidades:

- a. Abordar las singularidades del procedimiento sancionador y los órganos competentes para la imposición de las sanciones, actualizándolo y adecuándolo a la *Ley 39/2015, de 1 de octubre, del procedimiento administrativo común de las administraciones públicas*, y a la *Ley 40/2015, de 1 de octubre, de régimen jurídico del sector público*.
- b. Garantizar una adecuada planificación inspectora mediante la elaboración anual de un plan de inspección, donde deben establecerse los objetivos de la actuación inspectora, los establecimientos objeto de inspección y su ámbito geográfico y temporal, prestando especial atención al contenido y formalización de las actas y otros documentos elaborados en ejercicio de funciones inspectoras, y al contenido y ejecución del Plan de inspección turística previsto en el artículo 81 de la *Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana*, para lo que se determinan zonas por cada una de las tres provincias de la Comunitat Valenciana y se prevén porcentajes de efectivos de inspección teniendo en cuenta la oferta de servicios y plazas de alojamiento en las zonas litoral e interior, por una parte y, poblaciones de gran afluencia turística por otra.

1.1.5. Tramitación del proyecto de Decreto regulador de los establecimientos de alojamiento turístico de la Comunitat Valenciana.

El objeto del proyecto es regular las actividades y servicios de alojamiento turístico desarrollados en establecimientos ubicados en la Comunitat valenciana, así como sus modalidades y clasificación, régimen de funcionamiento y prestación de servicios, atendiendo al capítulo II del Título I del Libro III de la *Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana*.

La incesante evolución de las características, condiciones y circunstancias de la actividad turística ha llevado al legislador autonómico, a abordar la elaboración de un nuevo texto legal destinado a regular el sector turístico valenciano que 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 Comunitat autónoma, todo ello adaptado al nuevo contexto social, empresarial, profesional, tecnológico y normativo sectorial.

Hasta la fecha, cada modalidad de alojamiento disponía de un decreto específico que lo regulaba. 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; ello ha dado lugar a una evidente dispersión normativa sobre un mismo campo, apreciándose una cierta complejidad en la identificación de la modalidad del servicio de alojamiento a prestar en cada caso y, el riesgo de disponer de regulaciones diversas para atender realidades similares y, por consiguiente, generando cierta inseguridad jurídica.

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

Adicionalmente, el proyecto de decreto contiene la regulación del procedimiento de inscripción en el Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana, así como el régimen de precios aplicable a las empresas prestadoras de servicios y el de los distintivos de las empresas y establecimientos de alojamiento turístico. El proyecto fue sometido a información pública durante 2019 y ha sido puesto en conocimiento del sector y tratado con sus asociaciones más representativas a efectos de consensuar su contenido.

1.2. REGISTRO DE TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

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

TIPO DE EMPRESA TURÍSTICA	ALTAS	BAJAS	MODIFICACIONES	RECLASIFICACIONES	TOTAL
Establecimientos hoteleros	71	8	336	14	429
Campings y áreas de pernocta	2	1	28	0	31
Bloques y conjuntos de viviendas turísticas	14	2	22	0	38
Alojamientos turísticos rurales	45	6	29	2	82
Turismo activo	35	2	12	0	49
Restauración	275	20	30	0	325
Agencias de Viajes	121	113	883	0	1.117
Empresas gestoras de viviendas turísticas	111	33	61	0	205
Viviendas turísticas	10.260	3.666	609	5	14.540
TOTAL	10.934	3.851	2.010	21	16.816

Agencias de viaje

Con la publicación del Decreto 101/2018, de 27 de julio, del Consell, que aprobó un nuevo Reglamento de agencias de viajes de la Comunitat Valenciana, se inició un proceso de sustitución de las garantías obligatorias para este tipo de empresa por las nuevas exigidas, tanto por la legislación europea como por la legislación nacional de protección de consumidores y usuarios, proceso de sustitución que se ha llevado a cabo mayoritariamente durante 2019.

La presentación de la nueva garantía debía ser obligatoriamente telemática, habiéndose informado tanto por email como telefónicamente a un gran número de agencias de viajes sobre el procedimiento de presentación.

A 31 de diciembre de 2019, la situación en cada una de las tres provincias fue la siguiente:

	ALICANTE	CASTELLÓN	VALENCIA
Agencias de viajes que debían proceder al cambio de garantía	340	79	520
Agencias de viajes que han procedido al cambio de garantía	230	62	393
Agencias de viajes pendientes de proceder al cambio de garantía	75	1	53
Bajas	35	16	74

Empresas de servicios complementarios

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

Durante 2019 se continuó con el proceso de informatización de la inscripción de las empresas turísticas de servicios complementarios, previos los trámites de audiencia de confirmación de datos con los titulares de dichas empresas.

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

Actuaciones durante el año 2019:

TIPO DE RESOLUCIÓN	NÚMERO
Inscripciones	32
Denegaciones	9
Desistimientos	18
Bajas	0

1.3 - GESTIÓN DE PROCEDIMIENTOS ESPECIALES

1.3.1 – Accesibilidad

En el marco del *Plan Estratégico del Turismo Accesible de la Comunitat Valenciana 2017-2020*, uno de los pilares de la política turística de la Generalitat tiene como objetivo promover un turismo inclusivo que asegure la igualdad de oportunidades de todas las personas para desarrollar la totalidad de las acciones que componen la actividad turística de una manera segura, cómoda, autónoma y normalizada.

Con el objetivo final de ir consiguiendo una oferta turística competitiva y adaptada a personas con diversidad funcional, durante el 2019 se realizaron las siguientes auditorías de comprobación en alojamientos turísticos:

TIPO DE EMPRESA TURÍSTICA	NÚM.
Establecimientos hoteleros auditados	98
Establecimientos hoteleros adaptados	70
Establecimientos hoteleros practicables (con necesidad de acompañante)	16
Albergues rurales auditados	1
Albergues rurales adaptados	4
Albergues de ciudad auditados	11
Casas rurales auditadas	5
Casas rurales adaptadas	3
Campings auditados	20
Campings de turismo adaptados	6
Viviendas turísticas	2
Bloques y conjuntos de viviendas turísticas	12

1.3.2- Declaraciones de Interés Comunitario (DICs)

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

Durante el año 2019, en la Dirección General de Turismo de la Comunitat Valenciana se tramitaron 65 solicitudes de informes sobre Declaración o Exención de Declaración de Interés Comunitario.

INFORMES DE DICs	NÚM.
Declaraciones de Interés Comunitario	34
Exenciones de Declaración de Interés Comunitario	31

1.3.3- Autoregistro de viviendas de uso turístico

Durante 2019, desde la puesta en funcionamiento de la aplicación que permite a los titulares autoregistrar las viviendas que se deciden dedicar a uso turístico y obtener el número de inscripción en el Registro de Turismo, se procedió a inscribir a un total de 2.478 registros de viviendas turísticas.

Del total de viviendas registradas por autoregistro, 1.917 corresponden a la provincia de Alicante, 210 a Castellón y 351 a la provincia de València.

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

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

1.4 - TRAMITACIÓN DE RECURSOS

De conformidad con la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas se tramitaron y resolvieron 12 recursos de alzada.

1.5 - NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA TRAMITACIÓN TURÍSTICA

1.5.1- Programa IMI

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

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

Durante el 2019 se realizaron cuatro consultas, relativas al módulo de cualificaciones profesionales para proceder al reconocimiento del título de formación o certificado de competencia para el ejercicio en la Comunitat Valenciana de la profesión de guía de turismo el cual fue obtenido en el país de la Unión Europea de la persona solicitante.

1.5.2- Tramitación telemática

En 2019 se recibieron un total de 3.347 solicitudes de tramitación vía telemática, lo que supone un incremento con respecto al año anterior de alrededor del 20%. La evolución del uso de esta vía ha sido ascendente desde su puesta en funcionamiento.

Solicitudes tramitadas en 2019 según su tipología:

TIPO DE TRAMITACIÓN TELEMÁTICA	NÚM.	TIPO DE TRAMITACIÓN TELEMÁTICA	NÚM.
Establecimientos hoteleros	165	Campings	21
Agencias de viajes	999	Empresas turísticas de servicios complementarios	91
Establecimientos de restauración	388	Reclamaciones a empresas turísticas	55
Empresas gestoras de viviendas turísticas	201	Actividad de bloques y conjuntos de viviendas turísticas.	28
Empresas de turismo activo	59	Profesión de Guía de Turismo	0
Establecimientos de alojamiento rural	53	Aportación documentación	540
Actividad de viviendas turísticas	747		

1.5.3- Plataforma CUVT-i

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

Durante 2019, se contabilizaron las siguientes inscripciones en la plataforma:

PROVINCIAS	EMPRESAS GESTORAS	VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO	
	Nº	ALTAS	BAJAS
Alicante	75	2.584	1.536
Castellón	18	792	575
València	15	1.014	667
TOTAL	108	4.390	2.778

1.5.4- Formularios para la autodeclaración de tratamientos de datos personales

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

1.5.5- Atención al usuario: contacta_turisme@gva.es

La web institucional de Turisme CV pone a disposición de los usuarios el correo electrónico contacta_turisme@gva.es parase consultas, peticiones y solicitudes de información sobre aplicación de las normas del sector turístico. Las consultas recibidas en 2019 por esta vía han sido:

CONSULTAS RECIBIDAS	NÚM.
AGENCIAS DE VIAJES	76
DISTINTIVOS	5
EMPRESAS TURÍSTICAS	120
PROFESIONES TURÍSTICAS GUIAS DE TURISMO	70
VIVIENDAS TURÍSTICAS*	702
TOTAL PETICIONES Y CONSULTAS	973

1.6 - PROFESIONES TURÍSTICAS - GUÍAS DE TURISMO

1.6.1- Renovación de acreditaciones

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

A diciembre de 2019 había inscritos 1.357 guías habilitados en la Comunitat Valenciana. Durante el 2019 se tramitaron 146 expedientes de acreditación a solicitud del interesado, motivados por renovaciones, extravíos o sustracciones. Paralelamente en el mes de octubre se comenzó una campaña de actualización del listado de habilitados que no habían renovado su acreditación. De los 1.357 habilitados, se enviaron 322 requerimientos de los cuales, se han renovado 186 habilitaciones hasta la fecha.

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

En cumplimiento de lo establecido en el Decreto 80/2014, de 6 de junio, del Consell, por el que se determinan los órganos competentes en la Comunitat Valenciana para el reconocimiento de cualificaciones profesionales obtenidas en otros países miembros de la Unión Europea, y se establece el procedimiento de acreditación y autenticación de títulos y certificados de competencia obtenidos en la Comunitat Valenciana, durante 2019 se dictaron 3 resoluciones de reconocimiento de cualificación profesional de guía de turismo habilitados, uno en Francia, otro en Alemania y el tercero en Hungría.

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

1.6.3- Mesa de trabajo para nueva convocatoria de pruebas

Durante 2019 se mantuvieron dos reuniones de trabajo con el sector de guías de turismo a fin de trabajar en una nueva convocatoria de pruebas de habilitación de guía de turismo de la Comunitat Valenciana y pruebas de ampliación de idiomas para los guías ya habilitados por la Comunitat Valenciana.

Se contestaron 132 consultas a personas interesadas en participar en una nueva convocatoria de pruebas de habilitación.



2.

ASISTENCIA E INSPECCIÓN TURÍSTICA

2.1. PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS

Las actuaciones de prevención y protección contra incendios se dirigieron a los establecimientos de alojamiento turístico, derivadas bien de los planes de inspección, bien por necesidades de carácter técnico, dentro de la tramitación de un expediente sancionador o de empresas turísticas, girándose a tal efecto las visitas de inspección por ingenieros habilitados en toda la Comunitat Valenciana.

La minoración de las campañas de inspección en esta materia en los últimos años, ha llevado a un nuevo planteamiento y a la contratación menor de 2 profesionales especializados a finales de 2019. Ello permitió actuar puntualmente conforme las necesidades de los servicios territoriales o centrales, con la finalidad de aclarar cuestiones técnicas en materia de incendios.

En 2019, se llevaron a cabo 3 actuaciones en la provincia de Castellón.

2.2. CONTROL DEL CUMPLIMIENTO DE LA 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, y garantizar el adecuado cumplimiento de las obligaciones para con los usuarios y detectar las actividades que operen en la clandestinidad, durante el ejercicio 2019 se realizaron las siguientes acciones:

- a) Gestión de reclamaciones: Se recibieron y tramitaron 981 reclamaciones de usuarios turísticos con el siguiente desglose: en Alicante 481, en València 178 y en Castellón 322.
- b) Inspecciones: Respecto a la actividad inspectora, se realizaron 2.711 actuaciones, repartiéndose como se indica a continuación: en Alicante 731, en Castellón 792, y en València 1.188.
- c) El número de consultas recibidas en relación a reclamaciones y denuncias a través de contacta_turismo@gva.es fue de 58.

2.2.2- Actividades contra el intrusismo

Para impulsar la política de control, a través de la inspección turística se realizaron actuaciones de comprobación en los grandes portales de reservas al objeto de investigar la publicidad de la oferta inscrita, y garantizar la calidad de los servicios que se prestan y de los derechos de los usuarios turísticos.

Como resultado de las actuaciones iniciadas en el año 2016 en relación a expedientes sancionadores a plataformas de internet, determinadas plataformas 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 a esta obligación 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, omisión calificada como falta muy grave del artículo 52.5 de la ley.

Desde su inicio en 2016 se ha llevado a cabo por la inspección 51 actuaciones, cuyo desglose es el siguiente:

- 18 expedientes sancionadores tramitados que finalizaron con la imposición de multas. De ellos, cinco plataformas presentaron recurso contencioso-administrativo contra la resolución sancionadora: Homeaway, Rentalia, Airbnb, Windu y Novasol. En los cuatro primeros casos las sentencias desestimaron los recursos interpuestos por las plataformas, y confirmado las sanciones. La vista del juicio correspondiente a Novasol tuvo lugar el pasado 11 de noviembre de 2019 y se está a la espera de la publicación de la sentencia.
- Se abrieron 24 diligencias previas a plataformas, que finalizaron con la subsanación de las deficiencias y la retirada de los anuncios que no publicitaban el número de registro.
- 9 aperturas de diligencias previas abiertas en 2019 según el siguiente detalle:

PROVINCIA	EMPRESA	OBSERVACIONES
Alicante	Airbnb.es	Abiertas diligencias previas el 15 de Mayo
Alicante	Summer Breeze Hollidays Rentals.com	Archivadas
Alicante	Atrápalo	Archivadas el 16 de diciembre de 2019
Castellón	HomeAway.es	Abiertas diligencias previas el 22 de Mayo
Castellón	Locajava.com	Archivadas el 16 de diciembre de 2019
Valencia	E-StyleSpain.	Archivadas el 15 de julio al subsanar incidencias.
Valencia	Traventia.com	Ampliación de plazo para subsanar
Valencia	Pioxiipartments.com	Archivadas el 23 de septiembre de 2019
Valencia	Centraldereservas.com.	Archivadas el 15 de julio por subsanación

2.2.3- Plan de inspección 2019

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:

A-) 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).
- El asesoramiento e información de los distintivos de los establecimientos de los subsectores turísticos, conforme la nueva regulación de los mismos que preveía 2 años para su implantación (*Decreto 2/2017, del president por el que se establecen distintivos correspondientes a las empresas y a los establecimientos turísticos*).
- La comprobación de la calidad de la planta hotelera centrándose en 2019 en los hoteles de 3 estrellas. Durante 2019 se inspeccionaron 105 establecimientos hoteleros, de los que 71 son de València, 20 de Castellón y 14 de Alicante.

- La verificación y comprobación de la correcta clasificación de las altas realizadas en el registro de alojamiento rural en el periodo 2012-2014. Durante 2019 se inspeccionaron 66 alojamientos rurales de los cuales 26 son de València, 14 de Alicante y 26 de Castellón.

B-) Planes especiales:

Comprobación de las instalaciones en los campamentos de turismo: Durante el 2019 se comprobaron los sistemas de evacuación y emergencias, inspeccionado 51 campamentos turísticos de los cuales 12 son de València, 31 de Castellón y 8 de Alicante.

Actualización y depuración del Registro de viviendas turísticas: En 2019 se comprobó la práctica totalidad de las viviendas turísticas inscritas en los años 2011-2012. Concretamente se realizaron 3.445 comprobaciones en el registro de Castellón con 571 bajas, 705 comprobaciones en Valencia con 528 bajas, y 286 comprobaciones en Alicante con 47 bajas. Queda realizar las comprobaciones correspondientes al periodo 2013-2014.

Actuaciones contra el intrusismo: Las actuaciones más relevantes a lo largo de 2019 fueron:

- Colaboración con las policías locales
 - Ayuntamiento de Gandia: Tras la colaboración iniciada y mejorada en años anteriores, por la cual se abarcaba todos los periodos vacacionales del año, en 2019, la policia local de esa localidad en coordinación con los agentes de inspección, realizaron 20 actuaciones de verificación.
 - Ayuntamiento de Valencia: el 17 de abril de 2019 y tras las reuniones mantenidas con anterioridad se firmaron, las bases de colaboración para el desarrollo de acciones contra el intrusismo, a través del protocolo de intenciones entre el consistorio y Turisme CVCVCV. Posteriormente se realizó una acción formativa específica en el CDT de Valencia dirigida a la policía que incluía el diseño de una ficha con información relevante a cumplimentar durante las visitas. Durante el 2019 se realizaron 11 actuaciones de verificación.
 - Ayuntamiento de Alicante: continúa la colaboración iniciada en años anteriores. Durante el 2019 se realizaron 21 actuaciones de verificación.
- Contratación externa empresa especializada: En 2019 se contrató a una empresa especializada con el objeto de analizar las viviendas turísticas que se comercializan en la Comunitat Valenciana por Internet. La finalidad es la búsqueda y análisis de las viviendas turísticas comercializadas a través de Internet y el cruce de los datos con el Registro de Turismo. Con ello se obtendrán dos tipos de resultados: Por una parte, información para analizar las tendencias y características de este mercado de alojamiento, por otra, información relevante sobre coincidencias y discrepancias con la información de las viviendas que figura en el Registro y las comercializadas en Internet. La adjudicación se realizó a favor de la mercantil Guadatel y se formalizó el pasado 11 de octubre. Los datos han sido analizados, procesados, y remitidos a los servicios territoriales.
- Campaña de verano 2019: La campaña de verano se realizó con normalidad, destacando la buena colaboración con la policía autonómica y los municipios costeros de la Comunitat Valenciana a través de protocolos de colaboración. En los servicios territoriales de Turismo se realizó una actividad formativa a los agentes de los cuerpos de seguridad y se facilitaron formularios específicos con instrucciones para su correcta cumplimentación.

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, durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2019 se comprobaron 6.029 viviendas turísticas (5.036 en la provincia de

Valencia, 826 en la de Castellón y 167 en la de Alicante). Fruto de ello en 2019 se dieron de alta en el registro de turismo 46 empresas gestoras.

La evolución de altas en viviendas turísticas durante el periodo 2014-2019 fue el siguiente

PROVINCIA	2014	2015	2016	2017	2018	2019	TOTAL
ALICANTE	2.303	3.578	7.010	10.300	10.627	7.879	41.697
CASTELLÓN	803	1.852	2.658	2.403	2.813	1.483	12.012
VALENCIA	747	955	3.180	3.486	3.741	1.691	13.800
TOTAL	3.853	6.385	12.848	16.189	17.181	11.053	67.509

Como novedad del plan de inspección de 2019 se diseñó una campaña especial de información y asesoramiento dirigida a las agencias de viajes para resolver dudas e inseguridades por desconocimiento de la norma. Conforme al Decreto 101/2018, de 27 de julio, del Consell, que aprobó un nuevo reglamento de agencias de viajes de la Comunitat Valenciana, y de acuerdo con el mismo se inició el proceso de sustitución de las garantías obligatorias hasta la fecha para este colectivo por las nuevas exigidas, tanto por la legislación europea como por la legislación nacional de protección de consumidores y usuarios y cuyo plazo de sustitución finalizaba el 23 de agosto.

Durante el 2019 se realizaron visitas a las oficinas principales para comprobar el cumplimiento de lo dispuesto en la Disposición Transitoria y en su caso para informar haciendo hincapié en que en el caso incumplimiento supondrá causa de cancelación de la inscripción y baja en el Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana. Se realizaron 195 actuaciones, 76 en Alicante, 47 en Castellón 47 y 72 en Valencia.

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 gestionados en la Comunitat Valenciana en 2019 ascendieron a 88; conforme al artículo 121 de la *Ley 39/2015 de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas* se presentaron y resolvieron 14 recursos de alzada.

PROVINCIA	EXPEDIENTES SANCIONADORES	RECURSOS DE ALZADA
Alicante	17	3
Castellón	25	2
Valencia	46	9
TOTAL CV	88	14

Se encuentran pendientes de resolver cinco Recursos Contenciosos Administrativos en los Juzgados, interpuestos por: Vacaciones 3000 Costa Azahar, Viajes El Corte Inglés (2 expedientes), Oliwood Beach, Leukante Ralty, S.L. y Novasol A/S.

2.2.5- Aplicación Corporativa Sancionadora

Se trata de una aplicación sancionadora corporativa para toda la Generalitat que permite la tramitación de los procedimientos administrativos sancionadores y de las reclamaciones o denuncias de una manera más ágil, así como una mayor explotación de los datos para elaborar estadísticas y listados con amplios parámetros de elección.

En 2017 la Comisión Técnica para la Mejora de la Calidad de los Servicios Públicos (COSMIQ), creó el grupo técnico de trabajo para su elaboración. Finalizada la parte general de la aplicación para toda la Generalitat, en 2019 se implementó la parte específica relativa a Turismo, en coordinación con la Dirección General de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (DGTIC). En abril de 2019, se inició el pilotoja en los Servicios Territoriales de Turismo y en la Dirección General, solventandose las incidencias detectadas.

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 2019 se realizaron 60 declaraciones de fiestas de interés turístico, una 1 publicación de Interés Turístico y un Itinerario de Interés Turístico Local; se desestimaron 21 solicitudes por informe desfavorable, e inadmitiéndose uno por no adaptarse a la normativa de aplicación.

FIESTAS PUBLICADAS EN EL DOGV		ALICANTE	CASTELLÓN	VALENCIA
AUTONÓMICO	11	6	0	5
PROVINCIAL	11	2	6	3
LOCAL	38	7	9	22
TOTAL	60	15	15	30

FIESTAS DESESTIMADAS		ALICANTE	CASTELLÓN	VALENCIA
AUTONÓMICO	2	0	0	2
PROVINCIAL	0	0	0	0
LOCAL	19	4	7	8
TOTAL	21	4	7	10

2.3.1. Fiestas de Interés Turístico Autonómico

A continuación, se detallan las fiestas de interés autonómico declaradas por Resolución del Secretario Autonómico de Turismo:

NOMBRE	LOCALIDAD	FECHA	DOGV
<i>Semana Santa y Escenificaciones de la Pasión</i>	<i>Guardamar del Segura</i>	17/01/2019	21/02/2019
<i>Fiestas gordas</i>	Tuejar	17/01/2019	21/02/2019
<i>Batalla de Las Flores</i>	Valencia	01/02/2019	21/02/2019
<i>Feria de San Antonio</i>	Muro de Alcoy	01/02/2019	21/02/2019
<i>Corpus Christi</i>	Valencia	01/02/2019	27/02/2019
<i>Fiestas Patronales y de Moros y Cristianos</i>	Sant Vicent del Raspeig	01/02/2019	27/02/2019
<i>Fiestas de Moros y Cristianos</i>	Muro de Alcoy	25/04/2019	02/05/2019
<i>Festes de moros y cristians en honor a la Divina Autora de Beneixama</i>	Beneixama	02/05/2019	28/05/2019
<i>Fiesta del torico de la cuerda</i>	Chiva	10/06/2019	04/07/2019
<i>Carnaval de Villar</i>	Villar del Arzobispo	30/07/2019	22/08/2019
<i>Feria del ganado de Dolores (FEGADO)</i>	Dolores	20/11/2019	19/12/2019

2.3.2. Fiestas de Interés Turístico Provincial

A continuación, se detallan las fiestas de interés provincial declaradas por Resolución del Secretario Autonómico de Turismo:

NOMBRE	LOCALIDAD	FECHA	DOGV
<i>Fiestas de San Sebastián</i>	La Vilavella	01/02/19	21/02/2019
<i>Fiesta de Semana Santa</i>	Benicarló	14/02/2019	26/02/2019
<i>Semana San</i>	Monóvar	26/02/2019	26/03/2019
<i>Nit de la Xulla</i>	Vila-Real	26/02/2019	26/03/2019
<i>Festa de la Mare de Déu de les Neus i el seu Castell a la mar</i>	Calp	06/05/2019	28/05/2019
<i>Festividad de San Antonio Abad de la calle Sagunto</i>	València	07/06/2019	27/06/2019
<i>Procesión del Santísimo Cristo de la Buena muerte</i>	Bellús	27/06/2019	18/07/2019
<i>Romería de Catí a Sant Pere de Castellfort</i>	Catí	31/07/2019	22/08/2019
<i>Fira de la cicera, art i tradició</i>	La Salzadella	12/11/2019	11/12/2019
<i>Fiesta de San Antón de Chelva</i>	Chelva	12/11/2019	11/12/2019

2.3.3. Fiestas de Interés Turístico Local

A continuación, se detallan las fiestas de interés provincial declaradas por Resolución del Secretario Autonómico de Turismo:

NOMBRE	LOCALIDAD	FECHA	DOGV
<i>Fiesta de la Semana Santa</i>	Benicarló	14/02/2019	28/02/2019
<i>La Merengina</i>	LLíria	14/02/2019	28/02/2019
<i>Fallas</i>	Paiporta	13/03/2019	15/03/2019
<i>Festa de Moros y Cristians</i>	Catarroja	11/03/2019	03/04/2019
<i>Fiestas patronales de San Antón. Los Sagatos de Cofrentes</i>	Cofrentes	11/03/2019	03/04/2019
<i>Fiestas de San Antón</i>	Enguera	21/03/2019	12/04/2019
<i>San Antoni</i>	Les Coves de Vinromà	21/03/2019	12/04/2019
<i>Carnaval</i>	Ayora	18/04/2019	22/05/2019
<i>Festes Mayors i de Moros i Cristians</i>	La Pobla LLarga	09/05/2019	07/06/2019
<i>Festes Patronals</i>	Atzeneta del Maestrat	15/05/2019	13/06/2019
<i>Fiestas Patronales en honor a San Cristobal y la Virgen del Carmen</i>	Cañada	16/05/2019	17/06/2019
<i>Fiestas de la Cruz</i>	Bicorp	12/05/2019	12/06/2019
<i>Fiestas en honor de la Virgen de los Desamparados</i>	Senija	11/06/2019	04/07/2019
<i>Fiestas de San Antonio Abad</i>	Olocau	12/06/2019	04/07/2019
<i>Festes de la Inmaculada</i>	Fontanars del Alforins	27/06/2019	17/07/2019
<i>Festes Patronals de Moros y cristians</i>	Fontanars del Alforins	03/07/2019	30/07/2019
<i>Festes de Sant Antoni Abat</i>	Fontanars del Alforins	03/07/2019	30/07/2019
<i>Fiestas del Cristo</i>	Higueruelas	11/09/2019	20/09/2019
<i>Fiestas de la Santa Cruz</i>	Petrer	11/09/2019	23/09/2019
<i>Rally humorístico</i>	Requena	13/09/2019	15/10/2019
<i>Feria romana Thiar Julia</i>	Traiguera	19/09/2019	15/10/2019
<i>Festes Patronals</i>	Náquera	19/09/2019	15/10/2019
<i>Festes en honor al Santíssim Crist del Calvari y a les venerades santes relíquies</i>	Moixent	25/09/2019	15/10/2019
<i>Festa en honor al Santíssim Crist de la Fe</i>	Atzeneta d'Albaida	22/10/2019	02/12/2019
<i>Romería a les Santes</i>	Cabanes	22/10/2019	02/12/2019
<i>Festes Patronals en honor a Sant Tomàs i Sant Nazari</i>	Orxeta	22/10/2019	02/12/2019
<i>El vole y la bacalà</i>	Jérica	25/10/2019	10/12/2019
<i>Fetsa del 9 d'octubre</i>	Moixent	07/11/2019	11/12/2019

<i>Santa Teresita del niño Jesús</i>	Benavites	08/11/2019	11/12/2019
<i>Fiestas Patronales</i>	Millares	08/11/2019	11/12/2019
<i>Fiestas Patronales en honor a San Miguel, San Roque, Santa Bárbara y la Virgen del Rosario</i>	Tous	20/11/2019	18/12/2019
<i>Festa de la Mare de Déu del Miracle</i>	Cocentaina	28/11/2019	18/12/2019
<i>Festa de Sant Antoni</i>	La Pobla de Benifassà	29/11/2019	19/12/2019
<i>Fiestas de Mayo de Moros y Cristianos</i>	Biar	29/11/2019	19/12/2019
<i>Fiestas en honor al Santísimo Cristo de la Misericordia y la Virgen de la Cueva</i>	Torás	29/11/2019	19/12/2019
<i>Festa Cassoletes</i>	Castelló de Rugat	17/12/2019	07/01/2020
<i>Fiestas patronales</i>	Fanzara	19/12/2019	07/01/2020
<i>Festes de Sant Antoni</i>	La Vall d'Alcalà	19/12/2019	07/01/2020

2.3.4. Itinerario de Interés Turístico Local

Declarado por Resolución del Secretario Autonómico de Turismo:

NOMBRE	LOCALIDAD	FECHA	DOGV
<i>Ruta del nacimiento</i>	Millares	20/11/2019	17/12/2019

2.3.5. Publicación de Interés Turístico

Declarado por Resolución del Secretario Autonómico de Turismo:

NOMBRE	LOCALIDAD	FECHA	DOGV
<i>"Foc y fama" llibre oficial de les falles de Gandia</i>	Gandia	09/04/2019	28/05/2019

2.3.6. Fiestas de Interés Turístico Nacional e Internacional

Adicionalmente se procedió a tramitar con informe las fiestas de competencia de la Secretaría de Estado de Turismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, reguladas por la Orden ITC/176/2006, de 3 de mayo. Con el siguiente desglose; 1 informe favorable de fiesta de interés turístico de carácter internacional, 2 informes favorables de fiesta de interés turístico de carácter nacional y 1 desestimación por no aportar la documentación necesaria.

El 8 de agosto de 2019 se publicó en el BOE la Orden ICT/851/2019, de 25 de julio, por la que se regula la declaración de fiestas de interés turístico nacional e internacional. No se ha tramitado ninguna solicitud al amparo de la nueva Orden.

FIESTAS DEL ESTADO	ALICANTE	CASTELLÓN	VALENCIA
INTERNACIONAL	1	0	0
NACIONAL	0	0	3

- Resolución de 2 de abril de 2019, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se concede el título de Fiesta de Interés Turístico Internacional a la fiesta *Fira de Tots Sants*, de Cocentaina (Alicante) BOE. 22/04/2019.

- Resolución de 3 de octubre de 2019, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se concede el título de Fiesta de Interés Turístico Nacional, a la *Fiesta de Semana Santa*, de Gandía (Valencia) BOE 24/10/2019.

2.4 - PLANES DE DINAMIZACIÓN Y GOBERNANZA TURÍSTICA

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

Con esa finalidad, la Generalitat, a través de Turisme CV, lanzó en el año 2016 la iniciativa de los Planes de Competitividad Turística de los Destinos de la Comunitat Valenciana, actualmente llamados Planes Territoriales de Dinamización y Gobernanza Turística, abiertos a distintas fórmulas de colaboración público-privada con las diputaciones provinciales, entes locales y a las asociaciones empresariales del sector turístico.

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

Dichos planes se articulan, a lo largo de un periodo de tres años, a través de convenios entre Turisme CV, las Diputaciones Provinciales, las Mancomunidades y las Asociaciones Empresariales Turísticas. El coste de los Planes se financia a partes iguales por las Administraciones firmantes: Turisme CV, diputaciones provinciales y las Mancomunidades o asociaciones intervinientes.

En el ejercicio 2019 se presupuestaron 16 planes de dinamización y gobernanza:

En la provincia de Alicante:

- Mancomunitat L'Alcoià i El Comtat
- Mancomunidad Intermunicipal Vall de Pop

En la provincia de Castellón:

- Asociación Intermunicipal de Municipios del Penyagolosa
- Pacto para la Ocupación de la Plana Baixa
- Asociación para la Promoción Turística Terres del Maestrat
- Asociación Intermunicipal de Dinamización y Promoción Económica
- Plana de l'Arc

En la provincia de Valencia:

- Ayuntamiento de Sagunto-Camp de Morvedre
- Mancomunitat Camp de Turia
- Mancomunitat de la Costera-Canal

- Consorcio La Ribera
- Mancomunitat Tierra del Vino
- Mancomunitat de Municipios de la Safor
- Mancomunitat de la Canal de Navarrés
- Mancomunitat Hoya de Buñol-Chiva
- Mancomunitat del Carraixet

De todos ellos, durante 2019, y debido a la renuncia de los beneficiarios, solo se formalizaron cinco de ellos, tal como se especifica a continuación:

Asociación Intermunicipal de municipios del Penyagolosa: Con el objetivo de poner en valor los senderos de los municipios, se hizo un plan de señalización que consistió en colocar 10 señales interpretativas en los municipios por donde discurren las rutas. Se han adecuado diferentes locales y zonas recreativas, dotándolos de mobiliario y elementos necesarios para su uso turístico, tales como los lavaderos municipales de Figueroles, la Antigua Casa de Peones Camineros de Adzeneta, un local para restauración en Costur, el Centro de Peregrinos en les Useres y la zona del mirador del Museo Etnográfico en Llucena.

Consorcio de La Ribera: Las acciones siguieron centradas en dos grandes actuaciones, equipamiento turístico y marketing y comercialización. Dentro de la primera cabe destacar la señalización de rutas La Albufera y Camino de la Naranja, la adecuación de la Vía Verde Carcaixent-Denia, el proyecto de un plan de actividades a realizar alrededor del río Xúquer y la adecuación del exterior del Molí Monsalvà. Dentro del segundo grupo de actuaciones destaca la contratación de una empresa para la organización de las I Jornadas Gastronómicas comarcales.

Mancomunitat del Carraixet: Las actuaciones en este segundo año de desarrollo del plan se centraron en la creación de un Club de Producto Gastronómico, acciones de impulso de la gastronomía local y producto agroalimentario; la mejora y ampliación de la red de senderos Camins del Carraixet, la realización de un festival vinculado a la huerta, cultura y gastronomía denominado Festival Miradors de l'Horta; la producción de materiales y videos promocionales, también contrató un gabinete de prensa para acciones publicitarias.

Mancomunitat de La Canal de Navarrés: En esta primera anualidad las actuaciones se orientaron a la planificación, el análisis y la obtención de datos que sirvieran para desarrollar las actuaciones de los próximos años. Estas actuaciones fueron la mejora de los canales de información, diseño de página web, la creación de productos turísticos (cicloturismo, clubes de producto, plan de interpretación turística: señalización, implementación de sistemas inteligentes en equipamientos turísticos); en cuanto a las actuaciones de comercialización y promoción turísticas, se redactaron un plan de marketing, publicidad en redes sociales, y se desarrolló un banco de imágenes.

Mancomunitat del interior Tierra del Vino: En el primer año el objetivo general fue el establecimiento de las bases para el desarrollo, planificación y promoción turística del territorio de la comarca del altiplano de Utiel Requena. En este sentido, todas las actuaciones llevadas a cabo permitirán la ejecución posterior de acciones de desarrollo, planificación y promoción del destino tales como la ejecución e instalación por fases de la señalización turística del territorio, la reestructuración del club de producto, la toma de decisiones en relación con la estructura de gobernanza del destino o el apoyo al sector empresarial, el desarrollo de la web y los soportes de difusión del destino o la ejecución de acciones de sensibilización interna, entre otras.

Estado de los Planes de Competitividad Turística tras el ejercicio 2019

PLANES DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA	ESTADO
Consorti de la Ribera (Valencia)	Concluido
Mancomunitat del Carraixet (Valencia)	Segunda anualidad
Asociación Intermunicipal de Municipios del Penyagolosa (Castellón)	Primera anualidad
Mancomunitat de la Canal de Navarrés	Primera anualidad
Mancomunitat del Interior Tierra del Vino (ambas en la provincia de Valencia)	Primera anualidad



3.1. ACCEUR: ITINERARIOS DE EMPRENDIMIENTO Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

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

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

Desde su puesta en marcha en 2016, Accetur se refuerza y amplía sus servicios integrando en los itinerarios el programa “Invat-tur Emprèn” -que pasa a denominarse “Turisme CV Emprèn”- aportando su importante trayectoria como herramienta para el emprendimiento y desarrollo de modelos de negocio turístico; también aumenta sus servicios con nuevos formatos como Crea Pyme y Tutoría Abierta; y mejora la alineación de su estrategia otros los objetivos de otros programas como CreaTurisme y L'Exquisit Mediterrani.

Por otra parte, se consolida la colaboración con el Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana con la 3ª edición de Avanza Pyme -desarrollado dentro del Programa de Competitividad Turística de Cámara España – FEDER-, en virtud del convenio de colaboración suscrito el 16 de abril de 2019 de desarrollo, entre otros fines, del emprendimiento y la competitividad turística. En 2019 se apostó además por la especialización de servicios, como las jornadas de competitividad para la empresa de turismo gastronómico, y por la puesta en marcha de nuevos formatos.

En términos globales, los resultados de actividad del conjunto de programas de Accetur fueron:

JORNADAS Y TALLERES DE EMPRENDIMIENTO Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA 2019	15
Nº Ediciones	48
Sedes: Castellón, València, Gandia, Dénia, Benidorm, Alicante, Alcoy, Orihuela y Torrevieja	9
Nº participantes (emprendedores, profesionales y empresas)	867
Nº horas de formación grupal	719
PROGRAMAS DE DESARROLLO DE PROYECTOS EMPRENDEDORES, TUTORÍAS, PLANES DE EMPRESA Y DIAGNÓSTICOS DE COMPETITIVIDAD 2019.	4
Nº de proyectos apoyados	196
Nº de horas de capacitación individual impartidas	2.811

3.1.1. Programa: Difusión y cualificación

Información y orientación a emprendedores y empresas: En 2019 se produjeron elementos de imagen (rollers), soportes informativos (programas) y material online para la difusión de actividades Accetur 2019, en base al manual de aplicación de marca del programa. Desde la Sede Central de Turisme CV, CdT's, Invat-tur y cámaras de comercio se ha dado difusión a estos soportes en zonas de recepción, jornadas informativas, encuentros profesionales y a través de canales web y redes sociales, ofreciendo a los usuarios atención presencial, telefónica y a través del mail accetur_turisme@gva.es.

Para llegar mejor al público objetivo, se difundieron las convocatorias a través de listas de email, oficinas Tourist Info, directorios empresariales, entidades del Ecosistema Emprendedor CV y ADLs. Se amplió sustancialmente el impacto de la comunicación gracias al canal online “Turisme CV

Magazine”, Facebook y Twitter, con publicaciones en la sección de agenda, así como distintos artículos temáticos en el blog y sección de noticias.

Captación del emprendimiento turístico y formación básica: Para difundir el emprendimiento turístico y captar el interés de personas en proceso de formación, entre febrero y julio se realizaron 20 ediciones del “Taller de emprendimiento, técnicas de búsqueda de empleo y nuevos valores empresariales en turismo”, dirigido a los alumnos de certificados de profesionalidad de “Hostelería y Turismo” de la Red CdT. Se trata de un formato de 20 horas, adaptado a este perfil, con didáctica y metodología participativa y motivadora (total de 400 horas impartidas en 7 centros). Al mismo asistieron 212 alumnos que valoraron: el 95% entre alto y muy alto al equipo docente, la aplicación práctica de los contenidos y la metodología. Además, el 39% de los participantes valoraron el “autoempleo como una forma idónea de inserción profesional”.

Jornadas y talleres: Acciones destinadas a acercar a pymes y emprendedores y emprendedoras tendencias, instrumentos de competitividad, TICs, soluciones para la innovación, mejora de los procesos productivos y adaptación a las exigencias del mercado turístico.

- Para reforzar la difusión del programa *Avanza Pyme 2019*, en el mes de mayo se realizaron 3 jornadas informativas de “Innovación y Competitividad” en Valencia, Castellón y Alicante, con conferencias y paneles de casos de éxito sobre emprendimiento, innovación y competitividad turística, con la participación de cerca de 100 profesionales y empresarios.
- Coincidiendo con la convocatoria del programa *Turisme CVCVEmprén 2019*, en julio se organizaron 4 sesiones formativas para la difusión del emprendimiento turístico, captación de participantes, con paneles de casos de éxito y sesión de *networking*, en Alicante, Dénia, Castellón y València, con la participación de 57 profesionales y empresarios.

Como actividades complementarias al programa *Turisme CV Emprén*, de junio a diciembre se realizaron 10 jornadas y talleres de puertas abiertas para acercar a los emprendedores y empresas a temáticas y herramientas, generación de *networking* y emprendimiento territorial, con la participación de 230 emprendedores y empresas.

- **Taller “Normativa turística”.** Normativa y tramitación. Ediciones en Alicante, Castellón y Valencia en colaboración con el Servicio Territorial de Turismo en cada provincia.
 - **Taller “Promoción Turisme CV”.** Acercar a los empresarios y futuros empresarios las acciones de promoción que la administración autonómica pone a su disposición. Ediciones en Alicante, Castellón y Valencia en colaboración con el Área de Marketing de Turisme CV.
 - **Taller “Video Marketing”.** Conocimientos sobre grabación y edición de vídeo, uso de *smartphones* y *tablets*, estrategia social media y video para la promoción de oferta turística. Ediciones en Alicante y Valencia.
 - **Networking Turisme CVEmprén.** Se reúne a las empresas y emprendedores participantes en el programa (anteriormente Invat-tur Emprén) con el fin de generar contactos, sinergias y oportunidades de negocio. Edición en València.
 - **ConecTurCV “Turismo Industrial – Alcoy”.** Jornada de innovación y emprendimiento para la dinamización turística del territorio, apoyando y dando difusión a iniciativas y actividades locales. Edición en Alcoy.
- En el marco de la colaboración con el Consejo de Cámaras CV y dentro de los objetivos de la Red GastroTurística CV, entre octubre y noviembre se realizaron 5 jornadas centradas en competitividad empresarial y producto gastronómico, con la participación de ponentes como el chef valenciano Kiko Moya (2* Michelin) o el cántabro Jesús Sánchez (3* Michelin), casos de éxito como NEKATUR (Asociación de Casas Rurales y Agroturismos de Euskadi) y especialistas en turismo gastronómico del Basque Culinary Center, como David Mora, entre otros, con la asistencia de más de 180 profesionales y empresas:

- **Agroturismo.** *“Claves para seducir al turista”*: Pensando en cómo satisfacer las necesidades de los distintos perfiles con NUEVAS EXPERIENCIAS en la era digital. Castellón de la Plana.
- **Enoturismo.** *“Claves para seducir al turista”*: Pensando en cómo satisfacer las necesidades de los distintos perfiles con NUEVAS EXPERIENCIAS en la era digital. Alicante.
- **Alta cocina.** *“El factor humano”* - ENEAGRAMAS y Juan Echanove: competitividad en restaurantes de alta cocina y gestión del capital humano. Valencia – Gastrónoma.
- **Restauración turística.** *“Gastronomía y argumentos de DIFERENCIACIÓN de destinos turísticos”*: la Vega Baja. Orihuela.
- **Restauración turística.** *“Claves para seducir al turista”*: del restaurante familiar a la alta cocina, el producto y los espacios con raíces: l’Alcoià y El Comtat. Alcoy.

3.1.2. Programa: Creación e impulso de empresas

Turisme CVEmprén – validación del modelo de negocio: El programa -continuación del proyecto Invat-tur Emprende- se reforzó en 2019 engranándose en los itinerarios de emprendimiento y competitividad Acetur, dando continuidad así a la labor de apoyo a proyectos empresariales que viene realizando Invat-tur desde 2013.

Turisme CVEmprén está dirigido a emprendedores y emprendedoras que cuentan con un proyecto en turismo y a empresas de reciente creación o que quieren abrir nuevas líneas de negocio. A través de un plan de trabajo de 56 horas, los participantes reciben asesoramiento y capacitación para desarrollar competencias y habilidades como emprendedores turísticos, así como mentorización, a cargo de expertos en áreas clave de la empresa, para validar la viabilidad de sus modelos de negocio turístico.

Se estructura en 7 módulos teórico-prácticos presenciales, que cubren aspectos de gestión de equipos, liderazgo y delegación, prototipado de productos y/o servicios, generación de valor, subsegmentación de clientes, estrategias de marketing, planes de venta y fidelización o técnicas de comunicación para realizar un pitch eficaz del proyecto ante posibles inversores o clientes. El programa concluye con una sesión de presentación final de proyectos. En 2019 se impartieron durante los meses de septiembre y octubre y se completaron con 10 jornadas y talleres.

En 2019 realizaron 3 ediciones -Castellón, València y Alicante- en las que participaron 50 proyectos seleccionados por su idoneidad, orientación a producto y viabilidad: 12 en Castellón, 16 en Alicante y 22 en València, de los cuales finalizaron el programa con éxito 42. Cabe destacar la importante aceptación de la convocatoria, que recibió 120 solicitudes de participación con 64 proyectos presentados al proceso de selección.

Por lo que respecta a la tipología de negocio, cabe destacar la diversidad de productos y subsectores: turismo activo, cultural, natural, gastronómico, salud y bienestar, así como alojamientos especializados. En cuanto al grado de desarrollo empresarial, el 28% de los proyectos están ya facturando y el 52% son empresas ya constituidas, de las cuales el 17% como empresas turísticas.

En cuanto al perfil de los emprendedores, el 74% de los participantes en 2019 son titulados universitarios y el 31% han cursado relacionados con turismo; por otra parte, el 84% de los asistentes participa por primera vez en un programa de emprendimiento, el 9% están adheridos al programa CreaTurisme CV y el 42% tienen ya experiencia laboral directa en el sector turístico.

Crea Pyme – formación empresarial y elaboración del plan de empresa: En 2019 se puso en marcha este nuevo programa en colaboración con el Consejo de Cámaras CV. Se trata de un recorrido formativo para emprendedores y emprendedoras -así como empresas intraempreendedoras- con proyectos de negocio turístico, definidos y validados que deseen dar el paso de constituir la empresa,

elaborar el Plan de Empresa y salir al mercado. Se orienta, principalmente, a quienes han participado en Turisme CVEmprén, programas formativos de la Red CdT, empresas adheridas a CreaTurisme CV u otros programas generales de emprendimiento impartidos por otras entidades.

Se trata de un curso-taller de 30 horas presenciales (6 sesiones) y 6 de tutoría individual. A través de una metodología activa y práctica, impartida por técnicos de las cámaras y especialistas externos, los participantes adquieren competencias y capacidades empresariales en materias económico-financieras, planificación de producción y operaciones; gestión empresarial y de recursos humanos; materias jurídicas, laborales y fiscales; trámites y procedimiento para la creación de una empresa turística y elaboración del Plan de Empresa.

Entre octubre y noviembre se realizaron 3 ediciones de Crea Pyme -Castellón, València y Alicante-. Como resultado del programa, se ha formado a 39 emprendedores y se han realizado 38 planes de empresa: 12 en Alicante, 9 en Castellón y 17 en València.

Tutoría Abierta: Los itinerarios de AcceTur se completaron con este nuevo programa -también en colaboración con el Consejo de Cámaras CV-, que permitió ofrecer asistencia técnica y formación a medida a 33 autónomos, pymes y emprendedores y emprendedoras turísticas, mediante tutorías personalizadas con especialistas en distintas materias: 19 tutorías en Alicante, 5 en Castellón y 9 en València.

A través de un sistema de cita previa, de junio a noviembre de 2019 se ofreció el servicio para ayudar a las empresas y emprendedores y emprendedoras a realizar su itinerario de desarrollo dentro de AcceTur, así como para completar información y formación en: 1 - marketing empresarial turístico y social media; 2 - gestión de empresas turísticas, gestión de personal, de la producción, etc.; 3 - gestión económica, fiscal y financiera.

3.1.3. Programa: *Avanza Pyme*

En 2019 se convocó la 3ª edición de Avanza Pyme en colaboración con el Consejo de Cámaras CV dentro del programa de Cámara España. A través de esta iniciativa, se ofrecen servicios sin coste a autónomos, autónomas y pymes para mejorar su competitividad, cofinanciados al 100% (50% Turisme CVCVCV y el resto a través de fondos Cámara España-FEDER), con la oportunidad de participar en la Fase II para implantar soluciones tecnológicas y de innovación cofinanciadas al 50% por Cámara España-FEDER.

El programa se concreta en la realización de diagnósticos individuales de competitividad y en la elaboración de estudios con soluciones de mejora de su situación competitiva. Tutores especializados se desplazan a las empresas para realizar una evaluación conjuntamente con la empresa y proponer recomendaciones en materias clave: optimización de procesos, TICs, innovación, medio ambiente, formación, etc.

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

En 2019 accedieron 75 autónomos, autónomas y pymes turísticas: 14 en la provincia de Alicante, 10 en Castellón y 51 en València.

3.2 - EXCELENCIA Y LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

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 2019 se concretaron principalmente en los siguientes subprogramas:

- SICTED- Calidad integral en destinos turísticos
- Qualitur Club- Impulso a la certificación de modelos de excelencia
- Fomento de la sostenibilidad en el turismo de la Comunitat Valenciana

3.2.1. SICTED- Calidad integral en destinos turísticos

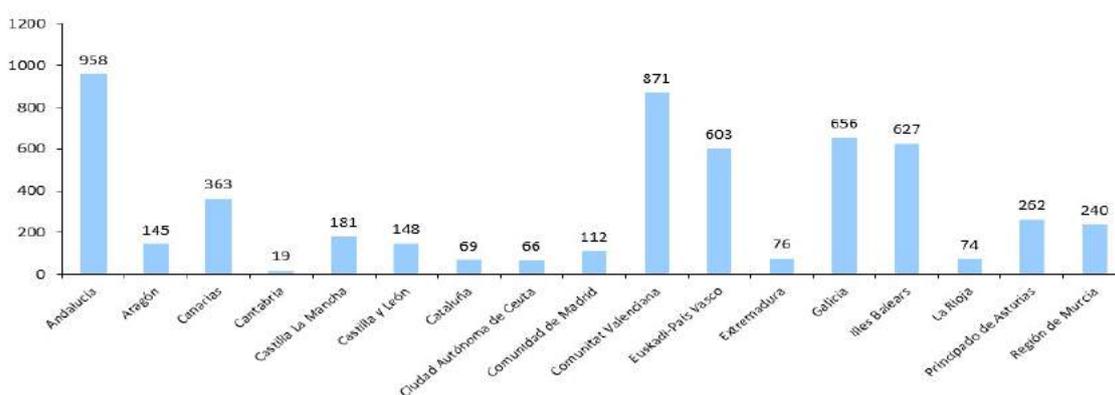


El SICTED, tiene como objetivo último homogeneizar e incrementar los niveles de calidad en la prestación de servicios turísticos dentro de un destino.

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 del primer convenio de colaboración entre el entonces denominada Agència Valenciana del Turisme y la Secretaría de Estado de Turismo, por el cual ésta última cedía la metodología para su implantación en la CV. 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.

La CV cerró el ejercicio 2019 con 28 destinos SICTED adheridos y 871 servicios turísticos distinguidos, posicionándose a nivel nacional como la 2ª Comunidad Autónoma en número de distinguidos después de Andalucía, con una representación del 15,92% del total nacional.



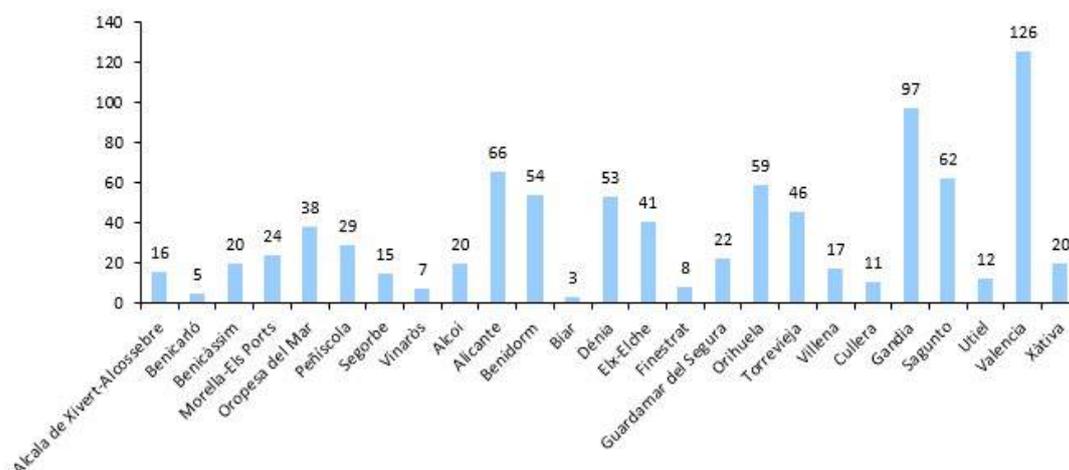
Distribución del número de distinguidos por Comunidades Autónomas

El número de destinos adheridos al proyecto (28) se mantiene respecto al 2018, representando el 14,1% respecto al total nacional. Provincialmente es Alicante quien lidera el ranking (12), seguido de

la provincia de Castellón (9) y València (7).

Respecto a la participación subsectorial y teniendo en cuenta que pueden participar hasta 35 subsectores diferentes, la CV destaca por la participación de hoteles (21%), restaurantes (13%) y comercios (9%), tendencia similar a la participación nacional. Atendiendo al ranking nacional, la CV lidera la primera posición en 10 de los 35 oficios reconocidos: Atraques de cruceros y ferries, bares y cafeterías, comercios, convention bureaux, espacios escénicos permanentes, espacios naturales protegidos, OPC's, parques de ocio y puertos deportivos.

En 2019 la ciudad de València fue el primer destino en número de distinguidos (126) en la CV, representando el 14,47% del total autonómico, seguido de Gandia (97) y Alicante ciudad (66).



Distribución del número de distinguidos por destinos SICTED CV

Para alcanzar estas cifras Turisme viene desarrollando una serie de actuaciones en distintos planos en el marco del SICTED, dirigidas a asesorar a los diferentes agentes que participan, defender los intereses de los destinos turísticos de la CV en un ámbito nacional y/o difundir la marca Compromiso Calidad Turística. Las actuaciones realizadas a lo largo de 2019 se centraron en:

Facilitar 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 CV, firmado el 16 de abril, se facilitó la asistencia técnica necesaria para que los servicios turísticos participantes puedan cumplir los compromisos exigidos y obtener o renovar la marca Compromiso Calidad Turística. Durante el ejercicio 2019, se realizaron 147 cursos formativos, 79 talleres de resolución de dudas, 386 visitas de asesoramiento y 763 evaluaciones.

Adaptar un nuevo modelo de implantación: Con base a un estudio realizado en 2018 acerca de las causas de las bajas producidas en el proyecto desde sus inicios, se detectó que, al margen de las debidas a cierres o traspasos de negocio, éstas eran producidas porque consideraban excesivamente largo el proceso de implantación (4 años). Es por ello que, durante el 2019 se cambió al modelo llamado "Modelo de implantación acelerada" por el cual, todas las actuaciones que se hacían en cuatro años se concentran en el primer año de implantación. Paralelamente se hizo converger este año de transición con el cambio de manuales de buenas prácticas impulsado por la Secretaria de Estado de turismo, facilitando para ello, jornadas específicas.

Para poder impulsar todos estos cambios fue necesario no admitir nuevos servicios turísticos que quisieran participar en el proyecto. Esta es la razón por la que en 2019 se produjo un pequeño descenso en la evolución de número de distinguidos.

Evolución del número de entidades distinguidas de la CV

AÑO	Nº DISTINGUIDOS	INCREMENTO PORCENTUAL
2013	34	
2014	320	92,50 %
2015	455	29,67 %
2016	642	29,12 %
2017	813	21,00 %
2018	947	14,14 %
2019	871	-15,38%

Generar sinergias con la política turística de la Comunitat Valenciana: Aunque el SICTED es una metodología nacional, tiene la flexibilidad necesaria para poder generar sinergias con proyectos autonómicos. En este sentido en 2019 se continuó con la coordinación del SICTED con el Programa Hospitalidad Turismo CV, impartándose 4 jornadas. Respecto al Plan estratégico de accesibilidad de la CV, se siguen impartiendo los contenidos específicos de este plan el módulo relativo a accesibilidad que es de carácter obligatorio para los servicios turísticos participantes.

Asesorar y apoyar a los destinos SICTED: A lo largo de todo el año se dio asistencia telefónica y on line a todos los destinos. Entre estas acciones destaca el relativo a preparar la memoria para que los destinos puedan presentar candidatura a los premios que otorga la Secretaría de Estado de Turismo en FITUR. En la IX edición de Premios SICTED, el Ayuntamiento de Alcoi fue finalista del Premio al Mejor Proyecto Mejora SICTED 2019 por su proyecto de Creación de una agenda anual de eventos. Por su parte los destinos de Alcalà de Xivert – Alcossebre y Vinaròs recibieron diplomas acreditativos al ser la primera vez que ambos distinguían empresas de su territorio.



Entrega de los Premios SICTED 2019

Formación de agentes: En 2019, Turisme CV cedió el CDT de Valencia y se coordinó con la Secretaria de Estado de turismo en la logística para una nueva edición del curso SICTED “Claves para la gestión del modelo”. El curso, de carácter gratuito y 40 horas lectivas, se realizó entre el 14 y el 18 de octubre, y se formó a 13 profesionales para ser acreditados como gestores, formadores, asesores y/o evaluadores del SICTED. El jueves 17 se llevó a cabo un ejercicio práctico en el hotel SH Valencia Palace, quien generalmente cede sus instalaciones en este tipo de cursos.

Participación en las estructuras organizativas del SICTED:

Comité Interdestinos nacional: Desde el año 2017 la Turisme CV tiene vocalía en este órgano de gobierno del sistema, encargado de articular las actuaciones y de planificar la estrategia de crecimiento y evolución del SICTED. Así mismo, le corresponde la supervisión de la correcta

implantación del modelo. En el 2019, Turisme CV asistió a las tres reuniones convocadas por la Secretaría de Estado de Turismo. Entre las iniciativas propuestas por la CV destaca la necesidad de elaborar un manual de buenas prácticas específico para viviendas de uso turístico, que permita profesionalizar al sector y en línea con la lucha contra el intrusismo.



Sede de la Secretaría de Estado de Turismo. 11 de abril 2019, Madrid

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 CV convoca un encuentro con los dinamizadores del proyecto para hacer un balance del proyecto, y consensuar nuevas iniciativas. El 4 de diciembre se celebró el IV Comité interdestinos CV en el CDT de Valencia, donde se hizo balance del ejercicio 2018, se valoró el cambio de modelo hacia el de implantación acelerada y se dio a conocer las acciones a emprender en el 2020. El encuentro sirvió para hacer una ronda de intervenciones donde los representantes técnicos de los destinos dieron su visión del proyecto.



IV Comité Interdestinos IV. 4 de diciembre de 2019, CDT de Valencia

Vocalías en las mesas de Turismo: Uno de los pilares del proyecto es la mesa de calidad del destino, presidida por el máximo representante del ente gestor (alcaldía o en su caso concejalía de turismo) y con vocalías de, entre otros agentes, las asociaciones empresariales más representativas. Turisme CV tiene vocalía en cada una de las mesas de los 28 destinos SICTED CV, asistiendo a todas las reuniones que se celebran con carácter anual. Entre las funciones de las mesas destaca la de velar por la buena implantación del proyecto, garantizando el cumplimiento de las exigencias de la metodología.

Impulsar la imagen de los destinos SICTED: Durante el 2019, se llevaron a cabo diversas acciones para poner en valor la marca Compromiso Calidad Turística, entre ellas la publicación de notas de prensa tanto en la web institucional como en la web de Qualitur www.qualitur.com. Adicionalmente se produjeron roll ups con la imagen de cada destino para ser utilizados en los diversos actos que realizan. En materia de ayudas, se incluyó como costes subvencionables los derivados de la impresión de material promocional de los destinos SICTED, en el subprograma de ayudas 2.1 Certificación de recursos, servicios y/o destinos turísticos.

Al margen de estas actuaciones, desde Turisme CV se intenta que altos cargos asistan a los Actos de entrega de distintivos. Anualmente se celebra este tipo de actos en cada uno de los destinos SICTED por el cual se hace entrega del distintivo Compromiso Calidad Turística a los servicios distinguidos. Durante 2019 los actos contaron con representación institucional de Turisme CVCVCV en 19/02 Elche, Orihuela, Sagunto, Alcalà de Xivert-Alcossebre y Vinaròs, Morella, Torrevieja, Gandia, Finestrat, Villena, Xàtiva y Alicante.



Entrega de distintivos. 16 de octubre de 2019. Alicante

3.1.2. Qualitur Club- Impulso a la certificación de modelos de excelencia



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

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

Turisme CV actualmente reconoce los siguientes modelos:

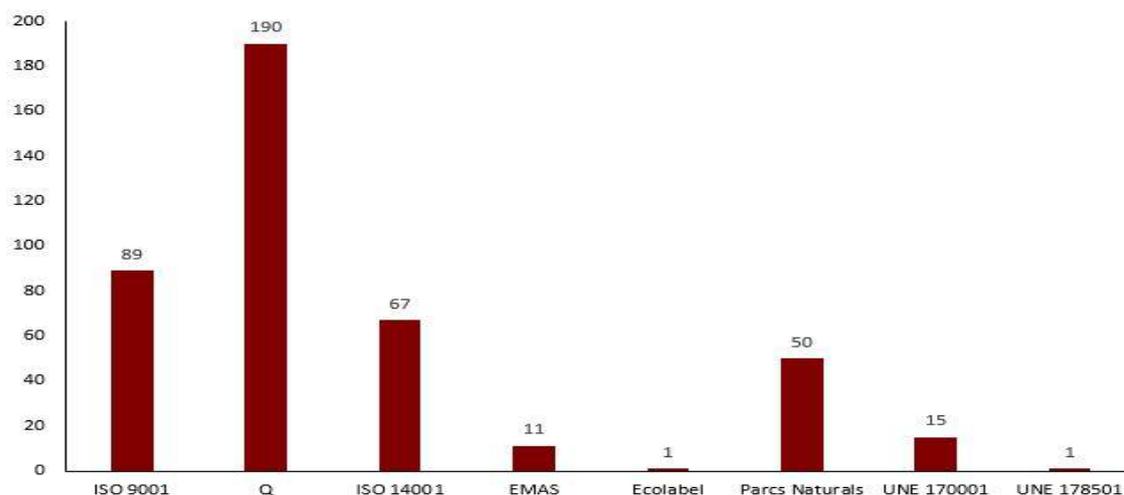
- En gestión de la calidad: Norma internacional ISO 9001 y normas asociadas a la marca Q Calidad Turística del ICTE.
- En gestión ambiental: Norma Internacional ISO 14001, Reglamento europeo EMAS, Marca Ecolabel y la marca Parcs Naturals (de carácter autonómico).
- En accesibilidad: norma nacional UNE 170001: 1/2 (criterios DALCO y sistema de gestión de la accesibilidad).
- En destinos: UNE 178501:2018 Sistema de gestión de los destinos turísticos

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

En 2019 Qualitur Club estaba integrado por 258 servicios turísticos que aglutinaban un total de 424 certificados en la Comunitat Valenciana. La provincia de Alicante tiene un total de 117 servicios certificados, representando el 45,35% del total de la Comunitat Valenciana, seguida de la provincia de València (31,78% con 82) y la provincia de Castellón (22,87% con 59 certificados).

Por subsectores turísticos, son las playas el subsector que más apuesta por modelos de excelencia, representando el 28,07% de los servicios certificados, seguido de los hoteles (23,58%) y oficinas de información turística (11,32%).

Respecto a la materia del certificado, se mantuvo la tendencia de elegir modelos de calidad (65,8%), frente a los relativos a medio ambiente (30,42%), experimentando un muy leve crecimiento los certificados en accesibilidad (3,54%).



Distribución del número de certificados por modelo

La Q de Calidad Turística es la marca más extendida en el territorio de la Comunitat Valenciana, representando el 44,81%, seguida de la ISO 9001 (20,99%). En gestión ambiental destaca la apuesta por la ISO 14001 - que representaba 15,80% del total de certificados y el 51,94% sobre el total de certificados en materia medioambiental- y los certificados en accesibilidad mantenían una tendencia moderada creciente.

Por subsectores eran los hoteles quienes más apostaban por el modelo certificado bajo la norma ISO 9001, con 24 certificados. Respecto al certificado Q de Calidad otorgado por el ICTE, fue también el sector de hoteles el que ostentaba el liderazgo, representando el 30,53% del total de galardones de esta modalidad.

Los dos modelos relativos a medio ambiente, la norma ISO 14001 (29 certificados) y el EMAS (9) estaban liderados por el sector de playas, debido principalmente al impacto que tiene sus estándares sobre uno de los principales recursos de nuestro modelo turístico y a la línea de incentivos de Turisme CV dirigidas a entidades locales. La marca autonómica Parcs Naturals, seguía siendo la preferida en servicios turísticos del interior; los alojamientos rurales eran los que encabezan el ranking, seguidos de las empresas de turismo activo.

Las actuaciones realizadas a lo largo de 2019, en el marco de Qualitur fueron:

Impulsar la norma de calidad de Museos en la CV: En una apuesta por dar a conocer la calidad de la oferta cultural de los museos como elemento de competitividad turística, Turisme CV y el ICTE firmaron un convenio de colaboración en 2018 con la finalidad de pilotar en la CV la norma UNE 302002. Dado el éxito del proyecto y a efectos de dar continuidad al proyecto, el 16 de abril de 2019 se firmó el segundo convenio anual de colaboración.

Tras una jornada de presentación (4 de julio, Ciudad Administrativa 9 de octubre), se realizaron dos visitas de asistencia técnica a cada uno de las 35 instituciones participantes con el objetivo de identificar a qué distancia se encuentra el museo de cumplir con los estándares fijados en la norma. Para ello se revisaron aspectos tales como: la planificación de la actividad, la accesibilidad, la información y atención al visitante, la seguridad, señalética, etc.

El 26 de noviembre se celebró el el salón de actos del IVAM la jornada de cierre, donde se dieron a conocer las conclusiones del proyecto. En la misma participaron como ponentes representantes del ICTE, Turisme CV, museos certificados de la Comunitat Valenciana y el Thyssen-Bornemisza de Madrid.

Fruto de este proyecto, el Museu de Canterería d'Agost y el Museu Valencià del Paper de Banyeres de Mariola obtuvieron la Q de Calidad a finales de 2019, uniéndose así a los otros dos museos que obtuvieron dicho sello en 2018: el Museo Visigodo Pla del Nadal de Riba-Roja del Turia y el Museo Arqueológico de Alicante. La Comunitat Valenciana, con cuatro museos certificados, es la que lidera el ranking a nivel nacional.



Jornada de cierre. 26 de noviembre de 2019, salón de actos del IVAM

En el marco del V Congreso Internacional de Calidad Turística, celebrado en noviembre en Tenerife, Turisme CV participó en la mesa redonda “Destinos culturales: la gestión de calidad en los museos como piedra angular”, donde se dio a conocer esta iniciativa.

Incentivar la certificación: Turisme CV, en su apuesta por la calidad, la sostenibilidad y la accesibilidad en el turismo, incentiva la obtención y renovación de recursos y servicios turísticos. En las ayudas empresas turísticas, disponer de algún certificado reconocido por Qualitur, es un parámetro de discriminación positiva frente a otros expedientes. En las ayudas dirigidas a entidades locales, y concretamente en el marco del Subprograma 2.1: Certificación de recursos, servicios y/o destinos turísticos se contemplaban como costes subvencionables:

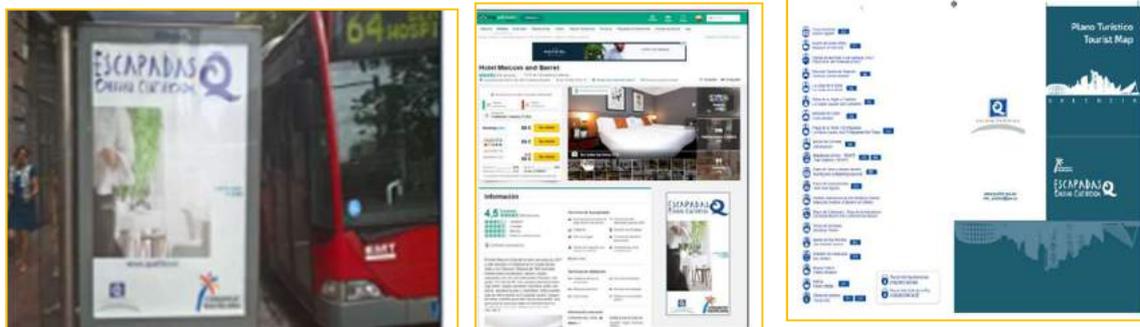
- Apertura del expediente, solo en caso de normas Q.
- Adquisición de la norma correspondiente, si procede.
- Auditoría de certificación, seguimiento o renovación.
- Abono del derecho de uso de la marca vinculada al certificado, en el caso de las normas Q.

Asimismo, se incluían como costes subvencionables los relativos a la creatividad y producción de material promocional. En 2019, 40 entidades locales solicitaron esta línea de ayudas para certificar sus museos, playas u oficinas de información turística. 32 de ellos obtuvieron la subvención.

Difundir las marcas de garantía

Campaña “Escapadas Q Calidad certificada”: En el marco del convenio con el ICTE, se realizó una campaña para dar a conocer la marca Q en los mercados turísticos, especialmente en el segmento de residentes en la Comunitat Valenciana. Bajo el slogan “Escapadas Q. Calidad certificada” y alineado con el claim de la campaña de Turisme CV “Mediterráneo en vivo” se utilizaron tres soportes:

- Mobiliario urbano: 73 mupis ubicados en lugares estratégicos de las tres capitales de provincia y concretamente 20 caras en Valencia, 19 en Alicante, 19 en Castellón y 19 digitales.
- Online: banners de diferentes tamaños en webs de turismo especializadas y concretamente en Tripadvisor, Edreams, Atrápalo, Mi nube... con un rendimiento de más de 3000 clicks.
- Mapas turísticos: diseño, impresión y distribución de 148.000 mapas (46.000 de Valencia, 44.000 de Alicante, 43.000 de Benidorm y 15.000 de Castellón).



Entrega de Banderas Qualitur 2019: El 21 de junio de 2019 se realizó en el CdT de Castellón el Acto de entrega de Banderas Qualitur 2019, al que asistió el President de la Generalitat así como el Secretario Autonómico de turismo. Dichas banderas se otorgan a las playas de la CV que ostentan este reconocimiento por disponer de algún certificado reconocido por Turisme CV. A dicho acto, se convocaron a 38 entidades locales, representantes de 176 playas certificadas.



Acto entrega de Banderas Qualitur, 21 de junio de 2019. CDT de Castellón

Acto de reconocimiento Q 2019 ("Noche Q"): El 24 de enero se asistió a la Noche Q, acto organizado por el ICTE, el cual convocaba a representantes institucionales, empresas y entidades turísticas que en 2018 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 37 empresas y entidades turísticas.



Noche Q, 24 de enero 2019, Palacio de Cristal de Madrid

Web Qualitur: A través de la web de Qualitur se informa de los servicios turísticos certificados en la Comunitat Valenciana y se publican noticias relacionadas con esta materia. A lo largo de 2019 se publicaron 24 noticias.

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

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

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

Los Comités Técnicos de Certificación: liderados por el ICTE, son los órganos en los que se estudian, debaten y si procede aprueban los expedientes de la oferta turística para la obtención de la “Q” Calidad Turística. Turisme CV tiene vocalía en dos subcomités: Hoteles y apartamentos turísticos y Playas. En 2019 participó en 14 Comités y llegó a valorar más de 450 expedientes.

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

Atendiendo a la llamada localización de los ODS y su traslado en el plano local, en 2019 Turisme CV elaboró y editó la guía de *100 Recomendaciones para la consecución de los ODS en destinos turísticos de la Comunitat Valenciana*, convirtiéndose así en la primera región en adaptar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La guía, que pretende ser una herramienta práctica para los gestores turísticos locales, recoge 100 acciones de diversa índole que de forma muy pragmática permiten a un municipio aportar su grano de arena a la consecución de los ODS a nivel mundial.

En este contexto, Turisme CV realizó la presentación oficial de la guía el 4 de julio de 2019 en Xàbia. Asimismo, se dio a conocer a todos los informadores turísticos en la jornada que se hizo en el marco de las jornadas Tourist Info realizadas en Castellón entre el 27 y el 28 de noviembre.



3.3 - PROGRAMAS DE AYUDAS

3.3.1 - Ayudas dirigidas a Entidades Locales

Turisme CV tiene entre sus objetivos la modernización y diversificación de la oferta turística valenciana, así como la mejora de su competitividad. Para contribuir a alcanzar estos objetivos y en colaboración con las entidades locales de la Comunitat Valenciana, en 2019 se pusieron en funcionamiento dos líneas de incentivos a entidades locales tendentes a potenciar la colaboración con éstas 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.

Estas líneas de ayudas se canalizaron a través de convocatoria pública para garantizar la concurrencia competitiva entre todos los solicitantes, a través de la publicación de la Resolución de 19/12/2018 (DOGV 26/12/2018), teniendo como beneficiarios a ayuntamientos, organismos autónomos y entes públicos dependientes de ellos y estructurándose en los siguientes programas y subprogramas:

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

Tenia 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 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. Habilitación o adecuación de espacios disuasivos de estacionamiento
7. Compra de maquinaria para la limpieza de las playas
8. Inversión en oficinas de información turística de municipios adheridos a la red Tourist Info
9. Inversión en la adquisición de tecnología por los destinos adheridos al Programa DTICV

El porcentaje de la ayuda fue el siguiente:

- 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

Subprograma 2.2- Impulso a la imagen de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana: Las actuaciones subvencionables eran 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 celebrasen en durante 2019 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 constituyeran un vehículo a la promoción.

De las 155 solicitudes presentadas, resultaron favorables 78, desfavorables 69 y desestimientos expresos y tácitos 8.



Subprograma 2.3- Apoyo a la prestación de servicios turísticos en los municipios: Contemplaba 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. De las 129 solicitudes presentadas, resultaron favorables 93, desfavorables 28 y desestimientos expresos y tácitos 8.

Cuadro resumen de las ayudas 2019 a entidades locales:

	PROGRAMA 1	SUBPROGRAMA 2.1	SUBPROGRAMA 2.2	SUBPROGRAMA 2.3	TOTAL
Evaluados FAVORABLES	235	36	78	93	442
Evaluados DESFAVORABLES	46	1	69	28	144
Desistimientos expresos y tácitos	18	1	8	8	35
TOTAL SOLICITUDES PRESENTADAS	299	38	155	129	621

De las 621 solicitudes presentadas resultaron favorables un total de 442 lo que supone el 70,94 %; es decir, dos de cada tres solicitudes presentadas en 2019 fueron favorables y se les concedió ayuda para la realización del proyecto.

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

	PROGRAMA 1	PROGRAMA 2	TOTAL
Provincia de Alicante	54	53	107
Provincia de Castellón	78	57	132
Provincia de Valencia	103	97	198
TOTAL CV	235	207	437

3.3.2. Ayudas dirigidas a Empresas, Asociaciones, Federaciones y Fundaciones

El turismo es 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; es por ello que, a través la Resolución de 21 de diciembre de 2018 (DOGV 03/01/2019), tomando en consideración 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, 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.

Esta línea de ayudas, instrumentalizada a partir de cuatro programas, incluía en cada uno 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

Dirigido a empresas turísticas inscritas en el Registro General de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas de la Comunitat Valenciana a la fecha de presentación de la solicitud. Tenía 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 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 atendieran 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 faciliten la accesibilidad a personas con discapacidad por encima de los requisitos establecidos como obligatorios en la legislación.

El Impulso de la innovación empresarial y 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.

El porcentaje de la ayuda en el Programa 1: Fomento de la competitividad empresarial fue de un 50% del coste subvencionable. De las 165 solicitudes presentadas, resultaron favorables 81, desfavorables 60 y desestimaciones expresas y tácitas 24.

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

Dirigido a federaciones, fundaciones, asociaciones y empresas organizadoras de actividades deportivas y culturales de interés turístico que se celebren en la Comunitat Valenciana. 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 a la creación de producto turístico singular y a la desestacionalización de la actividad turística:

- a-) Campeonatos, pruebas, concentraciones y eventos deportivos de impacto internacional que se celebraran en la Comunitat Valenciana.
- b-) Otros festivales y eventos culturales de impacto internacional vinculados a las artes escénicas que se celebraran en la Comunitat Valenciana.

El porcentaje de la ayuda en el Programa 2: Apoyo a actividades deportivas y culturales de impacto turístico internacional fue del 45% del coste subvencionable. De las 34 solicitudes presentadas, resultaron favorables 11, desfavorables 10 y cuatro desestimaciones expresas y tácitas.

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

Dirigido a Asociaciones y empresas, que desarrollasen actuaciones de promoción y comercialización de productos turísticos de la Comunitat Valenciana. Este programa, se orientaba a incentivar acciones que favoreciesen 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 multi-idioma.
- 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.

El porcentaje de la ayuda en el Programa 3: Impulso al marketing de producto turístico de la Comunitat Valenciana fue del 60% del coste subvencionable. De las 172 solicitudes presentadas, resultaron favorables 82, desfavorables 39 y desestimientos expresos y tácitos 51.

Programa 4: Impulso a las actividades musicales de impacto turístico

Dirigido a empresas organizadoras de actividades de carácter musical en la Comunitat Valenciana. Este programa tenía por objeto incentivar el desarrollo de actividades musicales en la Comunitat Valenciana de impacto turístico, contribuyendo a la creación de un producto turístico singular y a la desestacionalización a través de MEDITARRANEW MUSIX / MEDITERRANEW FEST. Las ayudas se centraban en financiar la promoción y la difusión de la actividad en mercados nacionales e internacionales, vinculando necesariamente ésta con la promoción y difusión de la oferta turística del destino Comunitat Valenciana, así como parte de los gastos de la organización de la actuación objeto de la subvención:

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

El porcentaje de la ayuda en el Programa 4: Impulso a las actividades musicales de impacto turístico fue del 31% del coste subvencionable. De las 33 solicitudes presentadas, resultaron favorables 21, desfavorables 11 y desestimiento expreso y tácito 1.

Cuadro resumen de las ayudas 2019 a Empresas, Asociaciones, Federaciones y Fundaciones de la Comunitat Valenciana:

	PROGRAMA 1	PROGRAMA 2	PROGRAMA 3	PROGRAMA 4	TOTAL
Evaluados FAVORABLES	81	11	82	21	195
Evaluados DESFAVORABLES	60	13	39	11	123
Desistimientos expresos y tácitos	24	10	51	1	86
TOTAL SOLICITUDES PRESENTADAS	165	34	172	33	403

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

Nº proyectos favorables	PROGRAMA 1	PROGRAMA 2	PROGRAMA 3	PROGRAMA 4	TOTAL
Provincia de Alicante	42	4	24	8	78
Provincia de Castellón	22	1	16	7	46
Provincia de Valencia	17	6	42	6	71
TOTAL CV	81	11	82	21	195

3.3.3 Ayudas dirigidas a la lucha contra el intrusismo en la oferta de alojamiento turístico y al fomento del turismo social en la Comunitat Valenciana

Esta línea de ayudas tenía como beneficiarios a las empresas, asociaciones, sindicatos y organizaciones de trabajadores del sector turístico y se instrumentalizó a través de la publicación de la Resolución de 26 de febrero de 2019 (DOGV 26/03/2019). Las ayudas 2019 se canalizaron a través de dos programas:

Programa 1: Lucha contra el intrusismo en la oferta de alojamiento turístico

Tenía por objeto la realización de campañas de sensibilización, concienciación y apoyo a la inspección y lucha contra el fraude y el intrusismo en la oferta de alojamiento turístico reglado de la Comunitat Valenciana. El tipo de actuaciones contempladas en el programa fueron:

- a) Campañas de publicidad en medios de comunicación on y off-line
- b) Publicidad a través de otros soportes de difusión

Las tres solicitudes presentadas recibieron subvención.

Programa 2: Fomento del turismo social mediante la lucha contra la temporalidad y precariedad laboral en el sector turístico y la mejora de las condiciones de trabajo de las camareras de pisos.

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, 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 fueron:

- 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.

Las dos solicitudes presentadas recibieron subvención.

Tabla de las ayudas 2019 dirigidas a la lucha contra el intrusismo y al fomento del turismo social:

	PROGRAMA 1	PROGRAMA 2	TOTAL
Evaluados FAVORABLES	3	2	5
Solicitudes DESFAVORABLES	0	0	0
TOTAL SOLICITUDES PRESENTADAS	3	2	5

3.4. ESTADÍSTIQUES DE TURISME CV DE LA COMUNITAT VALENCIANA

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

Ubicada en la web institucional de Turisme CVCVCV, la sección denominada “Estadístiques de Turisme CV 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 y que en 2019 ha cumplido 10 años de servicio.



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

En Estadístiques de Turisme CV se ofrece información detallada de la Comunitat Valenciana, así como 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. El número anual de visitas a la sección “Estadístiques de turisme” de la web institucional se situó en 2019 en torno a las 10.000.



ESTADÍSTIQUES DE TURISME CVCVEN CIFRAS		
	2018	2019
Visitas*	10.864	9.718
Publicaciones 2017: 135 2018: 149 2019: 160	87 informes de coyuntura	99 informes coyuntura
	4 balances	5 balances
	4 anuarios	5 anuarios
	41 informes de mercado (9 nacionales)	36 informes mercado (7 nacionales)
	3 informes de producto	5 informes producto
	10 otros informes	10 otros informes
Peticiones de información	52	97

Anuarios	2019												2020
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
Oferta turística municipal y comarcal		2018											
El turismo en la Comunitat Valenciana 2018: (por apartados)				5 Hoteles 6 Apartams. 7 Campings 8 Aloj.Rural			1 CV 2 Alicante 3 Castellón 4 Valencia 9 Excelenc						
Perfil del turista alojado en oferta reglada									2018				
Perfil del turista que visita la C. Valenciana											2018		
Perfil del turista usuario de la Red Tourist Info											Verano 2018		
 Mercados													
Mercados nacionales	C.Madrid	Comunitat Valenciana	País Vasco Cataluña		E.Vasco. C.V.	C-La Mancha Aragón				Comunitat Valenciana	Castilla y León		
Mercados internacionales	R.U./Francia Holanda P. Nórdicos acum.nov.	R.U./Francia Alemania Bélgica 2018	R.U. Francia acum.ene Rusia 2018	R.U. Francia acum.feb	R.U. Francia Italia acum.mar	R.U. Francia acum.abr	R.U. Francia P. Nórdicos acum.may	R.U. Francia acum.jun	R.U. Francia Holanda acum.jul	R.U./Francia acum.ago.	R.U. Francia acum.sep.	R.U. Francia acum.oct	R.U./Francia Holanda P. Nórdicos acum.nov.
 Productos													
Productos				Sol y playa	Negocios	Deportivo				Cultural			
 Otros informes													
Turistas extranjeros en alojamiento privado		2018							Acum. jul. 2019				
Turistas nacionales en alojamiento privado				2018									
Indicadores actividad sector Servicios										Acum. ago. 2019			
Compañías Aéreas de Bajo Coste			2018										
Excursionismo				2018									
Evolución del RevPar Hotelero		2018											
Habitaciones de hotel por tipo de cliente		2018											

En 2019, se realizaron un total de 160 publicaciones, un 15% más que el año anterior.

*Elaboración propia a partir de Google Analytics; en el ejercicio 2019 se contabilizaron menos visitas al sitio web debido a dos factores: un retraso temporal en la publicación y difusión de los informes que afectó a los meses de mayo y junio y la detección de un incremento destacado e irregular de visitas con origen en Dinamarca en 2018 y que se prolongó desde agosto hasta noviembre. Con respecto a 2017 los resultados de 2019 suponen un crecimiento del 2,9%.

Como novedad, atendiendo las demandas del sector, en 2019 se publicaron 11 informes coyunturales sobre la evolución de la oferta hotelera, en los que se realiza un seguimiento más detallado en contenido y en el tiempo de la evolución de este segmento de la oferta; en concreto se detallaba la evolución por provincias y para las ciudades de Alicante, Castellón de la Plana, Valencia, Benidorm y Elche, con detalle de las altas por provincias.

Altas de hoteles

Provincia de Alicante								
Año	Mes	Municipio	Modalidad	Categoría	Habitaciones	Plazas	Nombre	Cadena
2019	Febrero	Benimantell	Hotel	2 estrellas	5	10	Nasilvana	
2019	Marzo	Finestrat	Hotel	3 estrellas	15	30	Nature Suites	
2019	Abril	Benidorm	Hotel	4 estrellas	168	340	Flamingo Beach Resort	
2019	Abril	Calp	Hotel	2 estrellas	8	12	Maravillas del Mundo	
2019	Mayo	Alicante	Hotel	2 estrellas	10	20	Santacreu	
2019	Octubre	Benidorm	Hotel	1 estrella	16	32	Castillo	
2019	Octubre	Elx	Hotel	2 estrellas	8	16	Hort de Nal	
2019	Noviembre	Alicante	Hotel	4 estrellas	51	104	Casa Alberola Alicante, Curio Collection by Hilton	
Provincia de Castellón								
Año	Mes	Municipio	Modalidad	Categoría	Habitaciones	Plazas	Nombre	Cadena
2019	Julio	Alcalà de Xiver	Hotel	4 estrellas	90	440	Alcossebre Sea Experience	
2019	Julio	Benicàssim	Hotel	2 estrellas	26	104	Finca Los Pinos	
Provincia de Valencia								
Año	Mes	Municipio	Modalidad	Categoría	Habitaciones	Plazas	Nombre	Cadena
2019	Febrero	València	Hotel	4 estrellas	47	94	NH Collection Valencia Colon	
2019	Abril	València	Hotel	4 estrellas	35	102	Tulip Residences Valencia Alameda	
2019	Abril	Xàtiva	Hotel	1 estrella	7	15	Huerto del Àrbol	
2019	Julio	Godolleta	Hotel	2 estrellas	7	16	Casa Robi3n	
2019	Julio	València	Hotel	2 estrellas	18	36	Hografic Hotel	
2019	Septiembre	València	Hotel	3 estrellas	35	70	Casual Socarrat Valencia	
2019	Septiembre	València	Hotel	3 estrellas	33	66	Cosmo	
2019	Septiembre	València	Hotel	3 estrellas	12	24	Next Style Valencia	
2019	Septiembre	València	Hotel	4 estrellas	34	72	Helen Berquer	
2019	Diciembre	Anna	Hotel	1 estrella	4	13	Fuente de Marzo	
2019	Diciembre	València	Hotel	4 estrellas	31	62	Palacio Vallier	

Fuente: Registro de Turismo de la Comunitat Valenciana

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

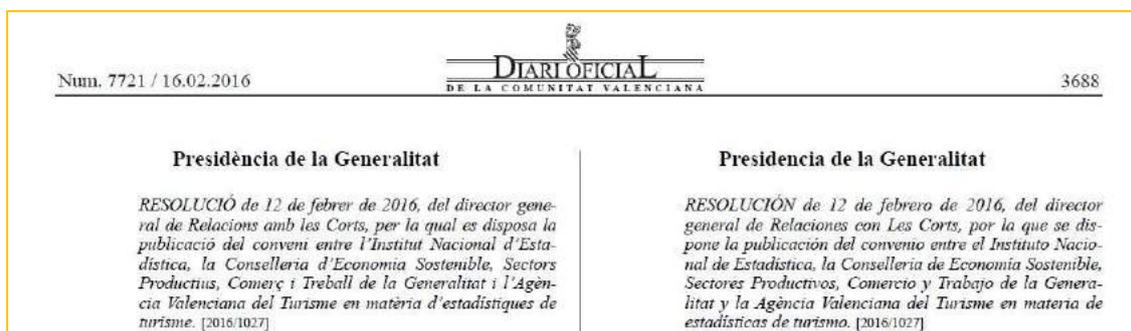
La línea de trabajo está basada tanto en fuentes propias como externas, con el objeto de ampliar la explotación de los principales indicadores turísticos en el ámbito de la Comunitat Valenciana.

A. Fuentes Propias

- Análisis de la evolución de la temporada turística verano 2019, así como de la ocupación de establecimientos turísticos durante puentes y fiestas nacionales de interés para la actividad turística de la Comunitat Valenciana, mediante una encuesta a una muestra de la oferta, por tipologías y zonas turísticas y, en su caso, con la participación de asociaciones del sector.
- Análisis de la demanda de la Red Tourist-Info 2019, en colaboración con el Servicio de Producto y Territorio. Desde el Servicio de Planificación y Estrategia Turística se realizó el informe general de resultados de la encuesta de verano, a partir de la explotación de los cuestionarios cumplimentados por los usuarios de la Red en las mismas oficinas (6.861 cuestionarios de 130 oficinas participantes en 2019).
- Actualización de la oferta turística de la CV a partir del Registro de Turismo.
- Estudio sobre los turistas extranjeros entrados por el aeropuerto de Castell3n, en colaboración con la Direcci3n del Aeropuerto de Castell3n.

B. Colaboración con otros organismos y otras fuentes externas

Los acuerdos y convenios de colaboración en materia estadística en vigor durante 2019 fueron:



- Convenio de Colaboración entre el Instituto Nacional de Estadística (INE), la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo de la Generalitat (la CESSPCT como departamento de la Generalitat que asume las competencias en materia de estadística, según establece el Decreto 105/2019, de 5 de julio, del Consell) y Turisme CVC, 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). En 2019 la **Comisión de Seguimiento** se reunió con fecha 26/9/2019 y acordó **el inicio de la tramitación de un nuevo convenio (2020-2023)** para adecuarse a lo establecido en la Ley 40/2015, en lugar de prorrogar el vigente y la incorporación del aeropuerto de Castellón a la muestra junio 2020-mayo 2021 de la operación estadística nacional Frontur-Egatur aportando Turisme CV al INE la información que sobre programación de vuelos de dicho aeropuerto resulte necesaria para ello.

En 2019, Turisme CV adjudicó la **contratación de la ampliación de la muestra Frontur/Egatur Comunitat Valenciana en los aeropuertos de Alicante-Elche y Valencia y del estudio de turistas extranjeros que han tenido entrada por el Aeropuerto de Castellón** (lotes 1 y 2 del expediente nº 13/18), iniciándose los trabajos de campo en mayo de 2019 con una duración de 2 años, hasta abril de 2021, con posibilidad de prórroga por dos periodos adicionales de seis meses.



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

B.1. Colaboración con el INE

En 2019 se renovaron las diferentes peticiones de información continua al INE, trabajando mensualmente el siguiente tipo de información:

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

En 2019 se incorporó el **emisor chino** a la desagregación por mercados de origen de la EOH.

B.2. Colaboración con la Dirección General de Economía

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

- Explotación de la EPA para el sector turístico por provincias.
- Recepción mensual de una parte de los directorios de las encuestas de ocupación en alojamientos turísticos del INE, con información sobre plazas ofertadas y periodo de apertura.
- La Conselleria de Economia participa, junto con Turisme CV, en el Convenio con el INE en materia de estadísticas de turismo.
- 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
- Informes aeropuertos de la Comunitat Valenciana.

3.4.2. Operaciones en el marco del Plan Valenciano de Estadística 2007-2010

Colaboración en el Plan Valenciano de Estadística 2007-2010 (prorrogado), 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).

Oferta turística municipal y comarcal 2018

HOTELES

Evolución de la oferta turística de la Comunitat Valenciana 1990-2018

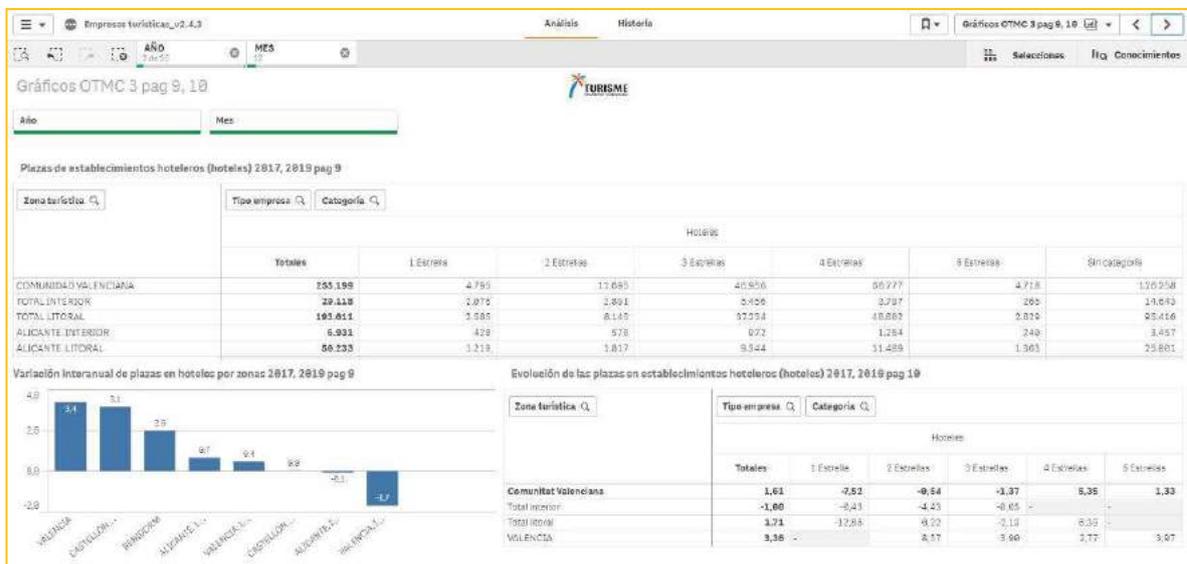
Año	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS						PLAZAS					
	Establecimientos						Establecimientos					
	Una	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Total	Una	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Total
1990	109	115	96	23	4	347	10.174	15.260	27.400	6.000	1.179	60.871
1991	119	121	102	22	4	368	10.101	16.048	30.077	6.665	1.179	64.070
1992	115	126	103	23	4	371	10.242	16.758	30.651	6.786	1.179	65.618
1993	128	127	111	25	4	395	8.055	17.564	33.382	7.240	1.421	68.670
1994	120	138	131	25	4	418	6.547	17.313	38.633	6.967	1.415	70.860
1995	109	156	148	31	4	448	5.287	17.002	40.429	8.800	1.433	73.931
1996	112	154	153	32	5	457	5.168	18.359	40.966	9.062	1.521	75.887
1997	111	156	154	34	5	460	5.046	17.887	40.877	10.363	1.502	75.675
1998	113	159	157	37	6	472	5.501	17.962	40.179	11.769	1.602	77.013
1999	113	155	164	44	6	482	5.543	16.032	43.461	13.074	1.602	79.712
2000	117	154	173	50	6	500	5.729	15.644	43.043	14.584	1.708	80.708
2001	116	158	184	63	6	527	5.728	15.832	44.388	16.101	1.722	83.671
2002	120	165	192	74	7	558	6.021	15.852	44.846	22.977	2.042	92.748
2003	124	167	202	85	10	588	6.515	15.521	46.312	27.462	2.870	98.670
2004	123	174	214	97	11	619	6.309	15.149	40.022	31.228	3.050	103.878
2005	117	173	227	106	14	637	6.935	15.036	49.479	33.583	3.921	108.154
2006	118	174	234	116	16	658	5.959	15.205	49.817	36.725	4.883	112.685
2007	117	173	237	120	19	674	5.814	15.135	48.295	40.797	6.407	116.448
2008	117	176	241	130	20	692	5.898	15.154	49.619	44.161	6.328	121.160
2009	119	177	248	146	23	712	5.904	14.474	49.763	48.891	6.377	122.409
2010	118	184	259	150	20	739	5.837	14.271	49.751	48.309	6.049	124.212
2011	117	177	266	160	19	739	5.920	13.328	49.352	49.968	5.425	124.193
2012	120	175	267	169	17	748	5.977	12.983	49.223	51.340	4.553	124.076
2013	118	173	266	171	17	745	5.903	12.535	48.987	51.986	4.300	123.801
2014	118	172	269	172	17	748	5.660	12.405	49.157	52.779	4.390	123.891
2015	117	172	270	173	17	749	5.586	11.900	48.786	52.841	4.390	123.503
2016	114	171	274	182	17	759	5.336	11.753	48.257	55.166	4.390	124.992
2017	112	183	274	189	18	776	5.212	11.978	47.522	56.934	4.612	126.258
2018	113	181	274	195	18	781	5.185	11.759	47.610	57.691	4.656	126.901

En abril de 2019 el Consell aprobó el Plan Valenciano de Estadística 2019-2022, que se encuentra en fase de tramitación en las Cortes.

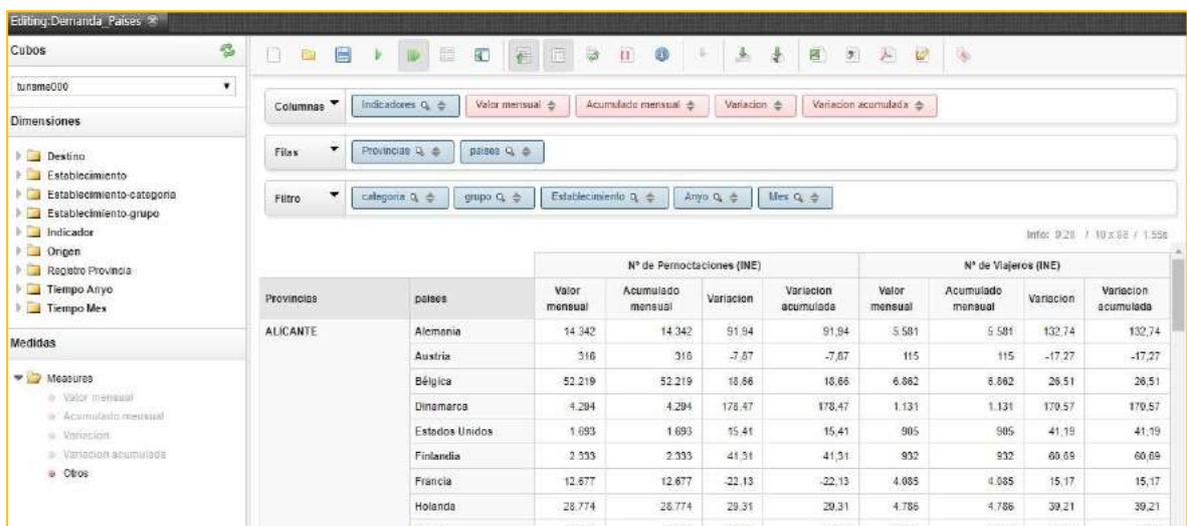
3.4.3. INTETUR: nueva plataforma de inteligencia turística de Turisme CVCVCV

INTETUR es un nuevo proyecto iniciado en 2018 y desarrollado en colaboración con el Servicio de Informática que surge por la necesidad de tratar y analizar grandes cantidades de datos procedentes de encuestas a la demanda turística a los que Turisme CV tiene acceso, fruto de la colaboración con el INE, así como la explotación del Registro de Turisme. El proyecto supone, respecto a lo realizado hasta ahora, una mejora en el análisis y presentación de la información, y se apoya en la plataforma de analítica de datos Qlik Sense. También permite la gestión de datos por usuarios internos no especializados.

En 2019, se completó la automatización de la carga y definición de informes de explotación del Registro de Turisme CV y se ha trabajado en la introducción del análisis cartográfico de datos. También se avanzó en la automatización de la carga y definición de informes de las encuestas a la demanda turística con origen en el extranjero del INE.



En 2019, se continuó con la actualización mensual de la base de datos Turpentaho, donde se almacenan y analizan los datos procedentes de las encuestas de ocupación a la oferta turística del INE, permitiendo tanto la obtención automática de tablas de datos con evolución para los informes de coyuntura, como la disponibilidad inmediata para su consulta on-line, en la web institucional.



3.4.4. Difusión

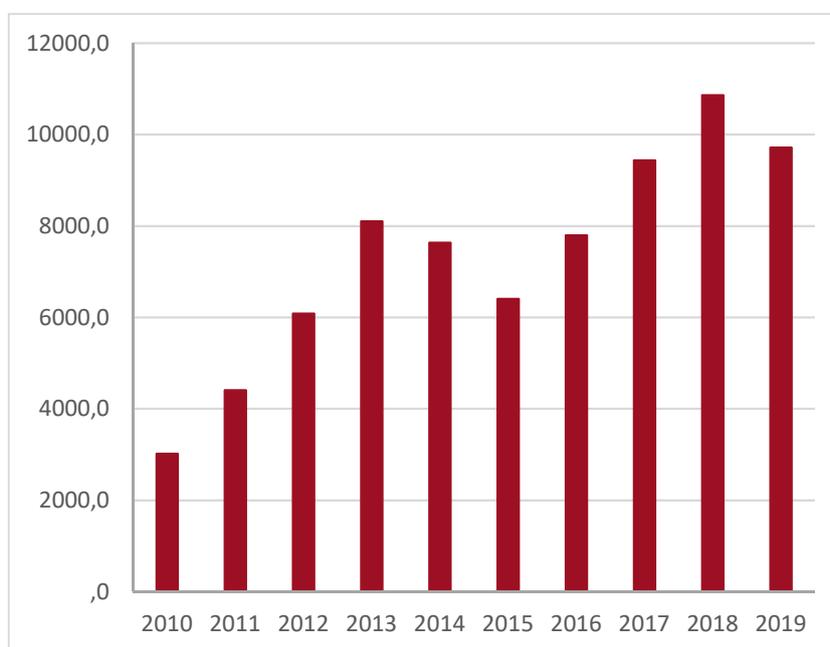
Difusión de un mailing semanal por correo electrónico con los últimos informes estadísticos publicados en el apartado de Estadístiques de Turisme, dirigido a 234 destinatarios:

- 23 federaciones y asociaciones empresariales
- 13 organismos de la administración pública
- 13 representantes de subsectores turísticos
- 33 representantes de subsectores relacionados con actividades complementarias
- 7 representantes de las Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana
- 23 consultoras turísticas
- 45 investigadores turísticos
- 46 técnicos turísticos municipales
- 31 destinatarios internos de la AVT

Gestión de 75 peticiones externas atendidas principalmente, a través de la dirección de correo electrónico estadistiques_turisme@gva.es, y 22 peticiones internas al resto de Áreas.

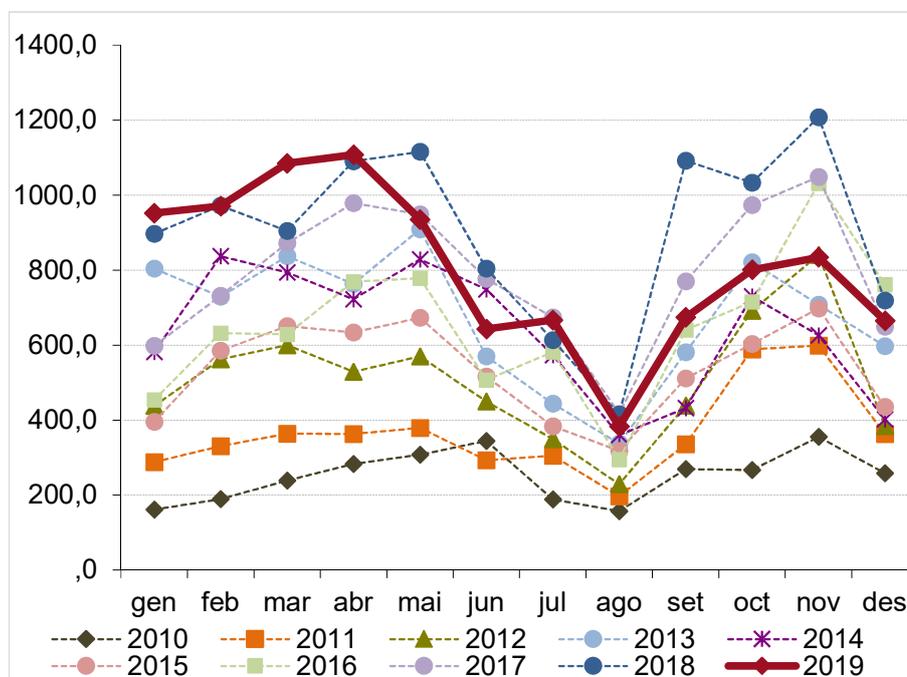
Estadístiques de Turisme CV destaca entre las secciones web con información estadística oficial sobre el turismo, por el volumen y grado de actualización de la información, hecho que se corresponde con la tendencia creciente ¹ en el número de visitas desde su creación en 2010.

Número total de accesos a Estadístiques de Turisme CV 2010-2019



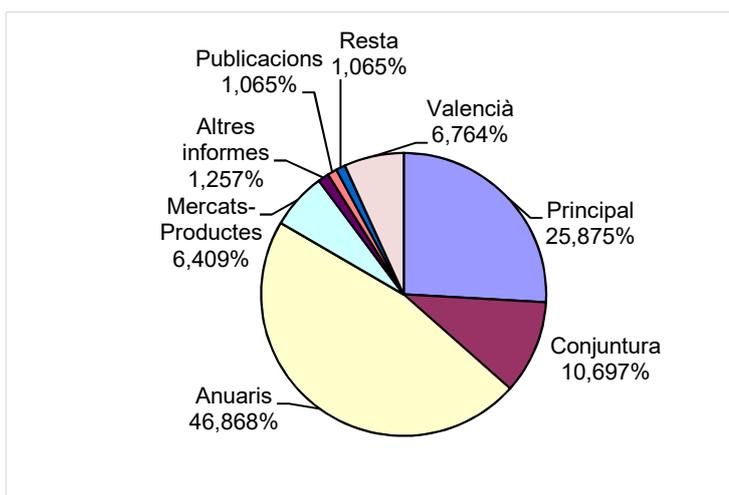
¹ tras un primer máximo de visitas alcanzado en 2013, se sucedieron 3 incidencias que afectaron a la evolución: la creación de una web propia para la sección Papers de Turisme, el cambio de denominación de Observatorio Turístico a Estadístiques de Turisme CVCV y la disminución del número de informes anuales, debido al trasvase de estadísticas de Turespaña al INE, hecho que conllevó cambios metodológicos y que Turisme CVCVCV volviera a asumir la autoría de los informes de coyuntura relativos a Frontur-Egatur y Familitur).

En 2019 se contabilizaron un total de 9.718 visitas a Estadístiques de Turisme CV (Google Analytics), ello supone un descenso respecto a al año anterior (-10,5%) relacionado con dos factores: una reducción temporal en la publicación y difusión de informes en los meses de mayo y junio y el incremento irregular de visitas con origen en Dinamarca. En los dos últimos años el incremento ha sido del 2,9%.



Un 46,9% de los usuarios accedió a Estadístiques de Turisme CV a través de la sección de Anuarios y un 25,9% a través de la página principal.

Sesiones por página de entrada 2019



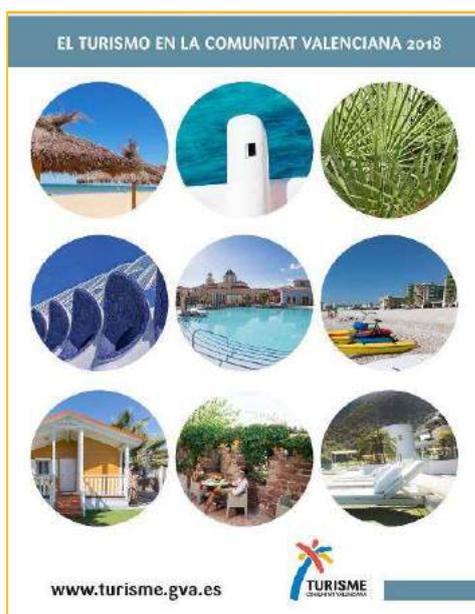
La tasa de rebote presentaba un valor muy satisfactorio (51,3%), indicando que cerca de la mitad de los usuarios consultaban y se interesaban por otros apartados antes de abandonar la sesión. En 2019, las entradas a través del apartado Coyuntura y Mercados crecieron un 8% y un 9,9%, respectivamente. Las entradas a través de la versión en valenciano se incrementaron un 11,6%, interanual.

3.5. ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN

A través de este programa, se apoya 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.

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

3.5.1. Estudios realizados en 2019

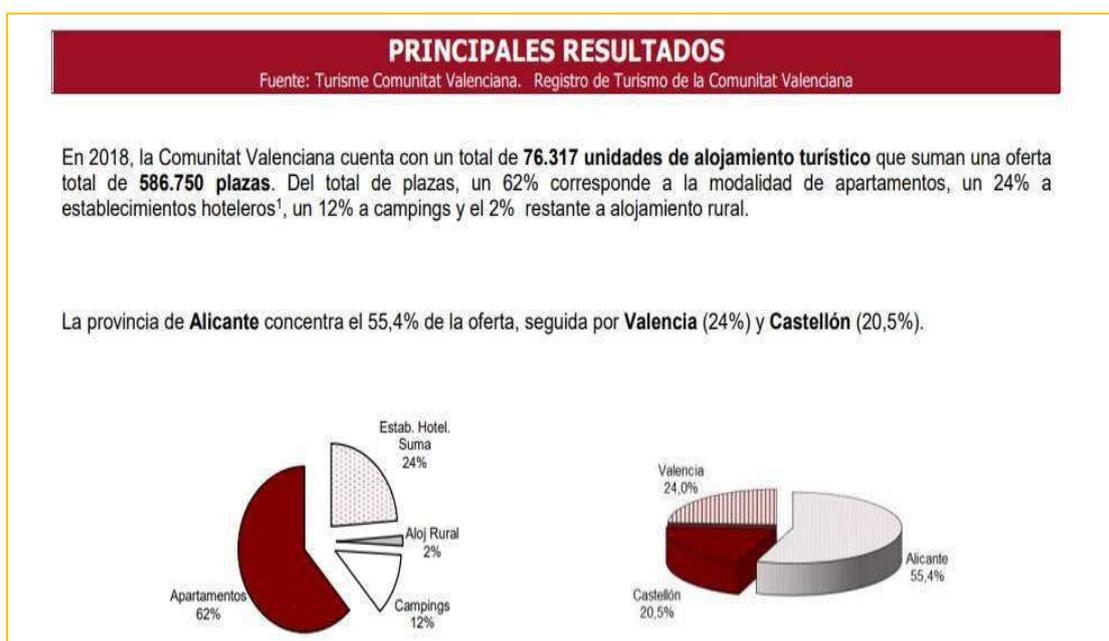


En 2019 se aumentó hasta 5 el número de anuarios:

El Turismo en la Comunitat Valenciana 2018:

Contenido: Actividad Turística en la CV, Actividad Turística en la provincia de Alicante, Actividad Turística en la provincia de Castellón, Actividad Turística en la provincia de Valencia, Establecimientos hoteleros, Apartamentos turísticos, Campings, Alojamiento rural y Excelencia en la actividad turística.

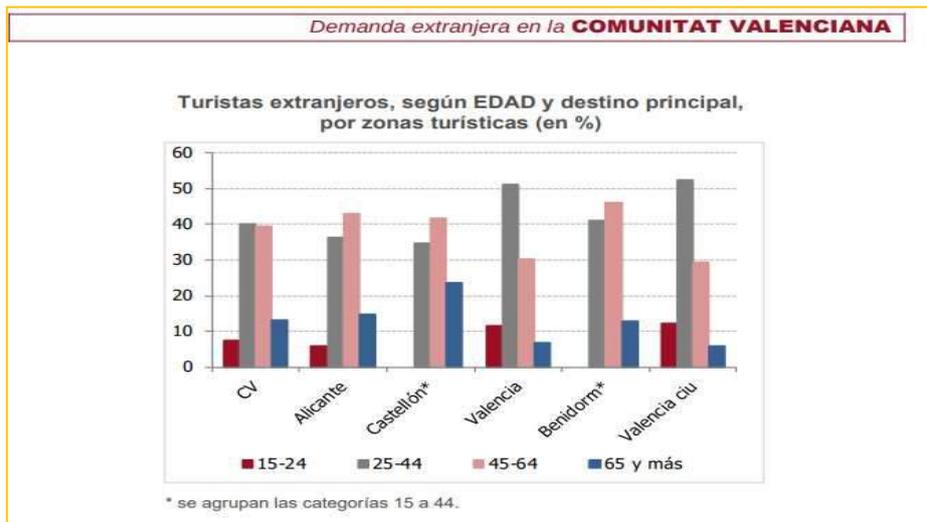
La Oferta turística municipal y comarcal 2018



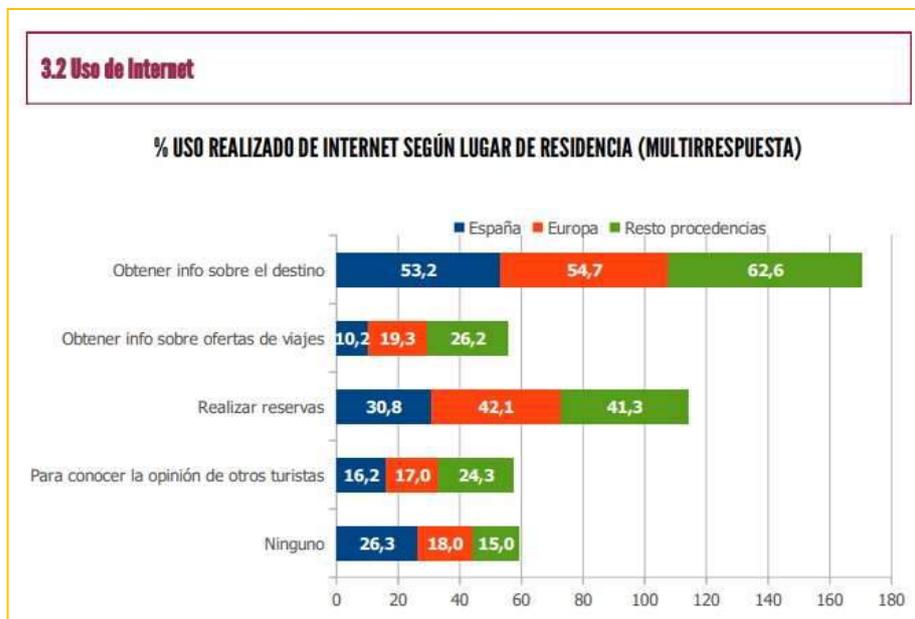
Perfil del turista alojado en oferta reglada 2019. Provincias y destinos.



Perfil del turista que visita la Comunitat Valenciana 2018



Perfil del turista usuario de la Red Tourist Info (verano 2019).



El resto de estudios programados anualmente son:

- Balances coyunturales. Provincias y zonas
- Indicadores de actividad del Sector Servicios 2019
- Turistas extranjeros en alojamiento privado 2019, y acumulado julio 2019
- Turistas residentes en España en alojamiento privado 2018 (el cuarto trimestre de la ETR se publica en abril del año siguiente al de referencia).
- Compañías Aéreas de Bajo Coste 2019
- Estudio turistas extranjeros entrados por el aeropuerto Castellón (temporada verano 18)
- Excursionismo en la Comunitat Valenciana 2018
- Ocupación en albergues 2018
- Habitaciones hoteleras por tipo de cliente 2018
- Evolución del RevPAR hotelero 2018

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 CV

Publicación de Turisme CV dirigida especialmente a investigadores, profesionales del sector turístico, centros de documentación especializados en turismo, instituciones especializadas en la planificación y gestión turística, empresas del sector turístico y estudiantes universitarios.

La revista presenta artículos, notas, reseñas bibliográficas y de eventos. Publicada a partir de artículos inéditos sujetos a una evaluación externa y anónima por parte de expertos profesionales y académicos del escenario turístico nacional e internacional.

En 2019, con el número 62, se editó el que será el último número de la revista, una vez alcanzado el objetivo fundamental de la publicación, que en su origen fue dar difusión a los estudios en investigaciones centrados en la actividad turística. En el momento en que apareció la revista, 1989, prácticamente no existían publicaciones especializadas en turismo, hoy en día, son varias las universidades y entidades centradas en la investigación, que han creado publicaciones de contrastada calidad.

3.6. ACCIONES DE APOYO A LAS ACTUACIONES DE POLÍTICA TURÍSTICA

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

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

Comisión Interdepartamental de Turismo: Planificación y seguimiento de las reuniones, presidida por el President de la Generalitat Valenciana (Decreto 161/2015).

La Comisión Interdepartamental de Turismo de la Comunitat Valenciana se reunió en abril y aprobó su programa de trabajo para 2019 con dos grandes objetivos: fortalecer la competitividad de las empresas y destinos turísticos de la CV y avanzar en la estructuración y posicionamiento de los productos experienciales en el mercado turístico.

Esta hoja de ruta anual incluyó 40 nuevas actuaciones, que fueron coordinadas por Turisme CVCVCV. En concreto cabe destacar 10 de ellas dedicadas a alcanzar el primer objetivo: fortalecer la competitividad de las empresas y destinos turísticos de la CV, mientras que las 30 restantes se centraron en mejorar el posicionamiento de los productos turísticos.



Realización de Informes

RESUMEN INFORMES 2019	CANTIDAD
Informes municipales y comarcales	238
Informes altos cargos	149
Fichas reuniones	11
Peticiones información	20
Informe de gestión	1
TOTAL	419

3.6.2. Premis Turisme CV

Por Resolución del 14 de febrero de 2019 del presidente Turisme CVCV se convocaron los Premis Turisme CVCVCV 2018, a los que se presentaron 29 candidaturas en sus distintas modalidades.

A finales del mes de septiembre de 2019 y coincidiendo con las celebraciones del Día Mundial del Turismo organizadas por la Generalitat, fueron entregados, por el President de la Generalitat a los ganadores, los Premis Turisme CV 2018, correspondientes a su cuarta edición, en un acto celebrado en la sede del Palau de la Generalitat. 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 5ª edición los premios concedidos en las modalidades convocadas recayeron en:

- Modalidad 1, Premio a la trayectoria turística. a la asociación provincial de empresarios de hostelería de Alicante (APEHA).
- Modalidad 2, Premio a la investigación e innovación turística a Tradia Hotel, S.L.U. por el Gran Hotel Sol y Mar de Calpe.
- Modalidad 3, Premio a la promoción y comunicación turística a la Federación Española de Asociaciones de Viviendas y Apartamentos Turísticos (FEVITUR) por la campaña “Be legal, my friend”.
- Modalidad 4, Premio al turismo sostenible, a Saó Viajes Naturales S.L
- Modalidad 5, Premio al turismo inclusivo y responsable a Zt Hotels & Resort por los Hoteles Peníscola Plaza Suites y Aparthotel Acuasol.

Se otorgó una Mención Especial a D. Vicente Climent Llorca, por su contribución al sector turístico valenciano a lo largo de su dilatada trayectoria profesional en el ámbito de la recualificación del producto sol y playa mediante la puesta en valor turístico de la oferta de ocio y entretenimiento. y a D. Eduardo Fayos Solá, a título póstumo, por su trayectoria profesional en el ámbito de la gestión, la formación, la investigación y generación de conocimiento y divulgación turística.



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 de Alicante,. Todos los convenios han tenido como objeto la realización conjunta en 2019 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 incluía 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.
- Cualificación en clave innovadora de los profesionales del sector turístico

- Especialización 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 mediterranea y mejora del funcionamiento cognitivo.
 - Cursos L'Exquisit Mediterrani

Universidad de Valencia: el objeto principal de este convenio era la realización de estudios relacionados con el paisaje valenciano posicionado como elemento central del hecho turístico. El convenio incluía 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
- Divulgación científica y comunicación: jornadas, redes sociales y el Congreso Innovación, paisajes y turismo.
- Cualificación de profesionales del sector turístico
- Cursos L'Exquisit Mediterrani

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

- Desarrollo e implementación del código ético del turismo valenciano entre los agentes turísticos valencianos.
- Impulso de itinerarios turístico culturales transregionales; Caminos de los Cátaros
- Curso de Turismo Gastronómico y Cultura Culinaria de la Comunitat Valenciana. (Ediciones de Castellón y Morella).



3.8 PROYECTOS EUROPEOS Y RELACIONES INTERNACIONALES

Turisme CV mantuvo su apuesta en 2019 por la creación de sinergias también en el ámbito internacional, renovando su participación como socio de entidades de relevancia en el mundo del turismo, tales como la OMT o Necstour (Red de regiones europeas para un turismo sostenible).

A estas entidades se añade la adscripción en noviembre al Pacto Mundial de Naciones Unidas, que es un llamamiento a las empresas y organizaciones a que alineen sus estrategias y operaciones con Diez Principios universales sobre derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción. Cuenta con el mandato de la ONU para promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En base a ello, se estableció una estrategia de participación en proyectos europeos, bien como entidad colaboradora bien como partner principal.

He aquí una lista de algunos de ellos:



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

En el marco del proyecto Herit Data y Alter Eco, técnicos de Turisme CVCV participaron en diferentes reuniones de trabajo en Dubrovnik (Croacia), Rodas (Grecia) y Lisboa (Portugal).





4

INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS

4.1. INFRAESTRUCTURAS DE LITORAL

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

Durante el año 2019 hubo dos episodios meteorológicos que han causado graves daños en la infraestructura turística instalada en el litoral de la Comunitat Valenciana:

- Entre el 18 al 22 de abril: las lluvias torrenciales, con los consiguientes arrastres, produjo daños en la infraestructura ya instalada para atender las necesidades de las vacaciones de semana Santa. Los daños producidos fueron reparados a lo largo del resto del año 2019.
- Entre el 11 y el 15 de septiembre: conocido como DANA, consistió en una conjunción de lluvias torrenciales, fuertes vientos y temporal costero. A partir de dicha fecha se procedió a la evaluación y valoración de los daños y se iniciaron los trámites y procedimientos para proceder a la reparación de los daños.

A pesar de la gravísima afección a la infraestructura instalada en el litoral de la Comunitat Valenciana a raíz de estos graves episodios meteorológicos, a lo largo de 2019 se mantuvieron dos líneas de actuación:

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

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

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 12 áreas de juego infantiles y juveniles por estar dañadas y no ser viable su reparación en el contexto de los trabajos realizados por Tragsa en la reparación de las infraestructuras dañadas por los temporales de abril de 2018.

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

4.1.2. Suministro e instalación de nuevos elementos de infraestructura turística

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

- Suministro e instalación de 200 metros lineales de pasarelas rígidas ancho especial, en los municipios de Tavernes de la Valldigna y Vinarós.
- Suministro e instalación de doce juegos infantiles, de extensión ordinaria (no macro) tematizados con Fauna Marina de la Comunitat Valenciana.
- Suministro e instalación de 500 ud de cimentaciones para elementos higiénicos instalados a lo largo del litoral de la Comunitat Valenciana.
- Reinstalación de doce zonas de baño adaptado en playas del litoral de la Comunitat Valenciana.
- Licitación de 20 unidades de áreas biosaludables para completar la infraestructura lúdica en las playas de la Comunitat Valenciana.

4.1.3. Otras actuaciones de suministro e instalación de material

Las actuaciones más destacadas fueron:

- Monitorización experimental en la estación de bombeo de la Patacona en Alborai del autómata instalado en el cuadro eléctrico que permita la información suficiente y necesaria para que los equipos de mantenimiento dispongan de tiempos de respuesta menores y las reparaciones de las averías o el mantenimiento en general sean mucho más efectivo con la consiguiente mejora del bienestar de los usuarios de la playa.
- Adquisición de pequeños accesorios de diferentes empresas para la reparación y puesta a punto de la infraestructura lúdica instalada en las playas y afectadas por los temporales.
- Suministro e instalación de dos toboganes dañados por los temporales en las áreas de juego con uso intensivo ubicados en las playas de las Arenas de Valencia y en la playa de Levante en Santa Pola.
- Suministro de accesorios para las zonas de sombra accesible para descanso dañados por el temporal DANA de septiembre de 2019.

4.2. INFRAESTRUCTURAS DE CDT

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

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

CdT de Valencia: Tras disponer de un proyecto a principio de 2019, se inició una licitación para la adecuación y mejora de los medios audiovisuales del Salón de Actos y de otras aulas del Centro; actualmente está en fase de adjudicación.

CdT de Torrevieja: Adjudicación de la obra de sustitución de la envolvente (fachadas y particiones). La obra se ejecutará durante el primer semestre de 2020.

CdT de Alicante: Adecuación de un ala de la primera planta para convertirla en zona administrativa

CdT de Benidorm: Se renovaron los equipos de climatización consistente en dos enfriadoras reversibles de agua (frio y calor) mediante un procedimiento anticipado debido a la rotura de los equipos sin posibilidad de extender su vida útil.

CdT València, Alicante y Torrevieja: Tras la contratación de los proyectos de climatización se licitó la sustitución de los equipos de climatización de estos tres centros iniciando la contratación a finales de 2019, y estando prevista su finalización durante el 2020. Para estos centros la renovación supone la sustitución de las unidades de producción por equipos actualizados más eficientes y la incorporación de un sistema de telegestión para el control de las nuevas unidades.

CdT de Denia: Tras los daños ocurridos por la DANA en septiembre de 2019, se realizaron distintas actuaciones de emergencia para devolver el edificio a su estado original. En primer lugar y de forma inminente se cerraron los huecos que había dejado el tornado al arrancar distintas ventanas del edificio. Posteriormente, se realizaron las labores de reconstrucción del edificio, así como otras contrataciones menores relacionadas con la instalación contra incendios, ventilación de cocinas, y otros. Quedan pendientes otras intervenciones para el 2020 de menor urgencia que podrían ser objeto de licitación, consistente en la sustitución de persianas exteriores, y de la celosía de ocultación de las máquinas en cubierta y en el techo de la planta baja en la zona de acceso peatonal, si bien se está a la espera de recibir indicaciones de Asuntos Generales al depender de comunicación al seguro.

4.2.2. Centro de Desarrollo y Aceleración Turística de València

El centro concentrará, en un mismo espacio turístico-administrativo, los diferentes departamentos en los que se organiza Turisme CV junto con espacios destinados a facilitar el trabajo de los agentes turísticos valencianos, potenciando de esta forma la gobernanza compartida y la generación de sinergias en beneficio del turismo valenciano. En enero de 2019 se iniciaron las obras de ejecución. No obstante, debido a que la cimentación del actual edificio del CdT de Valencia no se corresponde con la reflejada en proyecto, a finales de abril de 2019 hubo que realizar una suspensión temporal de las obras con el fin de realizar un nuevo reajuste de la cimentación y de la estructura del nuevo edificio para poder ejecutar las obras cumpliendo los parámetros establecidos en la normativa en cuanto a capacidad portante se refiere.

4.3 OTRAS ACTUACIONES

Instalaciones del complejo Fábrica Giner

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

Hotel – Escuela “Fábrica Giner”: Las obras finalizaron en marzo y durante el segundo semestre de 2019 se procedió al suministro e instalación del equipamiento del inmueble.

Complejo “Fábrica Giner” Tras las obras de inversión en varias naves, se contrató un proyecto para la urbanización del complejo fábrica de Giner, que supone la realización de las redes de acometida de agua, saneamiento y depuración, iluminación, así como la demolición de un inmueble en ruina y la reconstrucción de otro. El proyecto se concluyó en el 2019, estando prevista la licitación de la obra durante el 2020.



Encomienda de gestión con el Ayuntamiento de Morella para el mantenimiento de la Fábrica Giner - El 24 de julio de 2017 se firmó un convenio marco entre el ayuntamiento de Morella y Turisme CV que ampara la encomienda, suscribiéndose el convenio específico para la anualidad de 2019 el 6 de mayo. El ayuntamiento presentó en diciembre de 2019 documentación justificativa de la encomienda otorgada, el cual requirió subsanación y aportación de nueva documentación omitida, para su validación y terminación de la tramitación.

Hotel Hospedería de la Balma (Zorita): El hotel se encuentra cedido al Ayuntamiento para su explotación por un tercero. Durante el 2019 se ha realizado la comisión de seguimiento del convenio de colaboración con el Ayuntamiento, valorando la situación y analizando la explotación por un tercero de las hospederías.

Centro de día del Azud de Tuejar: Tras varias conversaciones con el Ayuntamiento de Tuejar, a finales de 2019 se ha recibido la solicitud donde el Ayuntamiento manifiesta su interés para la adecuación del inmueble como restaurante, materializándose en una orden de trabajo al Servicio de infraestructuras, lo que supondrá la contratación durante el 2020 de un proyecto de rehabilitación integral del inmueble y entorno, como fase previa a una posible intervención de obra, tras la validación de los oportunos compromisos entre el Ayuntamiento y Turisme.

Nueva Tourist Info del Puerto en Alicante: Las obras se iniciaron el 14 de Septiembre de 2018. Tras haberse concedido dos ampliaciones de plazo, las obras deberían haberse finalizado el 20 de marzo de 2019. Actualmente siguen en ejecución y se están aplicando penalidades a la empresa constructora por el incumplimiento de plazo. 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 con una zona de acogida digital con dispositivos de autoconsulta sobre Alicante y la Comunitat Valenciana).



Convenio específico con la Vilavella: El 7 de mayo de 2019 se suscribió un convenio de colaboración entre Turisme CVCVCV y el Ayuntamiento de la Vilavella para la adecuación, puesta en valor y mejora de diferentes recursos turísticos del municipio, los cuales fueron justificados emitiendo informe favorable desde Turisme CVCVpor el citado importe máximo.

Convenio específico con Xixona: El 12 de julio de 2019 se firmó el Convenio para la implantación de un Centre BTT en el ámbito territorial de Xixona y recibiendo la renuncia a su ejecución el 20 de diciembre de 2019 debido a la imposibilidad de acometer su ejecución en el plazo establecido.

Señalización SISTHO: En septiembre de 2019 se recibió escrito de la Secretaria de Estado de Turismo - Subdirección Gral. de Desarrollo y Sostenibilidad Turística, dirigido a Turisme CV, comunicando la aprobación de 2 recursos junto a los 6 aprobados previamente en la comisión de seguimiento del SISTHO de fecha 26/2/2019. Se remitieron sendos escritos a la D.G Patrimonio y Medio Natural, para aclarar la denominación oficial de los recursos y a la Demarcación de Carreteras del Estado en la CV, con la petición de ubicaciones exacta, N.º de señales, y autorización de instalación, no habiendo recibido contestación de esta última Dirección hasta el momento. Tras la determinación del número de señales y su situación se deberá realizar la contratación del proyecto de obra de señalización, para su posterior licitación.

4.4. ASESORAMIENTO E INFORMES PRECEPTIVOS

4.4.1. Asesoramiento

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

Suministro de Electricidad a los CdTs, Invattur, OIT de València, Almacén y Fábrica de Giner: Se participó en la elaboración de la documentación técnica que permite la petición de ofertas vinculantes para el periodo 1/2/2019 a 31/1/2019.

Suministro de Gas Natural para 4 CdTs de Castellón, Valencia, Denia y Torrevejea: Se participó en la elaboración de la documentación técnica PPT y Anexo 1 que permite la licitación anticipada de GN para el periodo desde junio de 2020, con varias prorrogas.

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

4.4.2. Informes preceptivos

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

- Asistencia técnica e informe de actuaciones temporales promovidas por los ayuntamientos de la Comunitat Valenciana en zonas de dominio público marítimo terrestre
- A petición de las Consellerías competente en materia de urbanismo y medioambiente, y con carácter preceptivo, se revisaron e informaron los planes generales de ordenación urbana, planes generales estructurales, forestales, etc. y otras actuaciones que pudieran tener impacto turístico en la Comunitat Valenciana. Se emitieron en torno a 24 informes sobre estas materias u otras análogas a lo largo de 2019.
- Informe para la solicitud de autorización a los Servicios Provinciales de Costas para la reinstalación de la infraestructura turística y lúdico-deportiva de Turisme CV instalada en las playas de la Comunitat Valenciana.
- Asimismo, durante 2019 se emitieron 276 informes para los Servicios Provinciales de Costas en las tres provincias, pertenecientes al Ministerio de Transición Ecológica.



5

FORMACIÓN E INNOVACIÓN TURÍSTICA

5.1. ACCIONES DE FORMACIÓN TURÍSTICA

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

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

- formación continua
- formación ocupacional (para el empleo)

Las cifras totales para el 2019, en cada una de las líneas de formación fueron las siguientes:

	FORMACIÓN CONTINUA	FORMACIÓN OCUPACIONAL	TOTAL
Nº de cursos	376	328	704
Nº de participantes	5.084	7.341	12.425
Horas de formación	4.910	25.004	40.577

Por provincias, la actividad formativa se distribuyó como sigue:

	CASTELLÓN	ALICANTE	VALENCIA	TOTAL
Nº de cursos	84	347	273	704
Nº de participantes	1.352	5.237	5.836	12.425
Horas de formación	3.684	16.092	10.138	29.914

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 los cuantitativos.

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

	CASTELLÓN	ALICANTE	VALENCIA	TOTAL
Cursos	32	59	47	138
Horas	327	1.486	399	2.212
Alumnos	506	841	707	2.054

Asimismo, y por lo que respecta a la Formación on line, en 2019 se continuó con la consolidación de este tipo de formación:

	CURSOS	HORAS	PARTICIPANTES
Cdt e-Formación	58	1.079	1.886

5.5.1. 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 2019, en la Red de Centros se realizaron 376 cursos de formación continua, que contaron con 5.084 participantes, y supusieron 4.910 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 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 2019 se ofertó prácticamente todo el catálogo de certificados de profesionalidad.

Asimismo, la búsqueda de la calidad y de la excelencia continuó siendo un objetivo prioritario en los ámbitos de la actividad investigadora y de innovación tecnológica, 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 2019 se continuó 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 2019 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 2019, fueron 328 los cursos de formación profesional para el empleo impartidos, con 7.341 participantes y 25.004 horas de formación.

5.1.3. Otras actuaciones

CdTJobs: Portal de empleo turístico: El compromiso de la Red CdT no es únicamente el de generar y transmitir conocimiento, sino también el de convertirlo en herramienta para el desarrollo social y económico mediante la transferencia de los resultados, a través de la creación de empleo, destacando la implementación del portal de empleo turístico CdTJobs, bolsa de empleo on line dirigida a participantes en cursos de la Red CdT y a empresas del sector que buscan cubrir puestos de trabajo.

Al cierre de 2019 se alcanzaron las 993 y 60 empresas que ofertan Trabajo y 60 empresas que presentaron hasta 96 ofertas de empleo.



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

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

Se trata de una labor de apoyo a iniciativas de promoción desarrolladas por instituciones y asociaciones empresariales de la Comunitat Valenciana, que favorece la aproximación al colectivo empresarial a través de la participación activa de los alumnos de formación profesional para el empleo. Y tan decisivo como acercarse a la empresa y a los profesionales del sector es sensibilizar y concienciar al conjunto de la sociedad valenciana sobre la importancia de un producto turístico de calidad. Jornadas gastronómicas, jornadas de puertas abiertas y eventos similares constituyen algunas de las iniciativas desarrolladas durante 2019, y dirigidas a los diversos colectivos sociales, con la finalidad de dar a conocer la labor que desarrollan los CdT a favor de la educación y concienciación en materia turística.

5.1.4. Becas de especialización turística

Durante el ejercicio 2019 Turisme CV contó con varios becarios contribuyendo a la formación de éstos en materia turística dado que el personal técnico cada uno de los servicios fueron tutores formativos en las diferentes becas.

Servicio de Estrategia y Planificación turística: Se contó con dos tipos de becas:

- Las dirigidas a formarse en la instrucción de procedimientos de subvenciones
- Y la beca dirigida a participar en el programa de accetur

Servicio de Producto y Territorio: se contó con dos becarias con participación activa en las funciones desarrolladas en la estrategia de producto alcanzando altos grados de especialización y adquisición de experiencia en el sector turístico. Las dos becas se centraron en apoyo en las funciones desarrolladas en el marco de la estrategia CreaTurisme de impulso y desarrollo de productos turísticos experienciales, concretándose en la participación en los proyectos de marketing online vinculados a la estrategia (los microsites de productos y plataforma de experienciasCV) y en la participación en los proyectos de carácter territorial vinculados a la estrategia y la coordinación con los planes de dinamización turística impulsados desde Turisme.

Touristinfo: Las becas se centraron en:

- colaboraciones con centros formativos 2019: Las oficinas Tourist Info propias recibieron en 2019 un total de 4 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). Estos alumnos realizaron en torno a 1.200 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. Se realizaron, además, distintas visitas guiadas a las Tourist Info propias solicitadas para alumnos nacionales e internacionales, donde se explicó la su gestión, herramientas de trabajo, sistemas de calidad, servicios al turista, etc.
- Becas de especialización turística en la Red Tourist Info 2019: se contó en los centros de coordinación de la red Tourist Info de Turisme CV con tres becarias, con formación de Formación profesional – 1- y Grado de turismo (2). Se cumplieron 4.200 horas de especialización. Las becarias realizaron funciones de gestión de la Red y de atención a visitante, a través del personal del Servicio y de los cursos del Plan de Formación, conocimientos para su capacitación profesional.

5.2. FOMENTO DE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA

Durante el año 2019 el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat-tur) continuó desarrollando las actuaciones dirigidas al 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 desarrollaron:

- Incremento de la actividad con respecto a periodos anteriores.
- Ampliación del radio de acción del Invat-tur a las tres provincias de la Comunitat Valenciana.
- Impulso a la gobernanza público-privada en materia de innovación.
- 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 y otros centros de conocimiento.

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

INVAT·TUR 2019 EN CIFRAS

PERIODO	ACTIVIDADES	Nº DE HORAS	ASISTENTES
Enero	23	54	475
Febrero	23	57	463
Marzo	32	69	687
Abril	26	86	529
Mayo	49	174	1.114
Junio	34	146	1.094
Julio	28	269	368
Agosto	9	22	180
Septiembre	45	198	1.064
Octubre	56	107	1.296
Noviembre	37	87	683
Diciembre	17	544	162

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, Benicàssim, Requena, Canal de Navarrés y Morella, entre otros destinos.
- Puesta en marcha de la Red de Destinos Inteligentes de la Comunitat Valenciana (Red DTI-CV), que cuenta ya con la adhesión de 53 destinos, además de empresas y entidades tecnológicas y universidades valencianas.
- Aprobación por el Consell de un convenio tipo de colaboración entre Turisme CVCVCV y diversos ayuntamientos para el desarrollo de actuaciones conjuntas en el ámbito de la estrategia de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana.
- Participación en Jornadas sobre Turismo Inteligente: III Encuentro sobre Destinos Turísticos Inteligentes –Santander-, Focus PYME: Turismo Inteligente –Benidorm-, Greencities, Foro de Inteligencia y Sostenibilidad Urbana –Málaga-, III Encuentro de gestores DTI –Palencia-, Casos de éxito de Inteligencia Turística -Murcia-, II Encuentro sobre Destinos Turísticos Inteligentes -Aranjuez-.
- Participación en foros internacionales para la transferencia de conocimiento en materia de desarrollo tecnológico e innovación e internacionalización de la estrategia DTI-CV: Aarhus -Dinamarca- (IoT Week), Montevideo -Uruguay- (curso sobre destinos turísticos inteligentes en colaboración con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo –AECID- y Segittur), Washington -EEUU- (jornada organizada por el Banco Interamericano de Desarrollo –BID- para potenciar la evolución de los destinos de Latinoamérica y Caribe hacia la inteligencia turística), Livorno -Italia- (Trazione MARE / Estrategias transfronterizas para la innovación de la oferta turística costera, proyecto europeo cuyo objetivo es compartir buenas prácticas y habilidades para el fomento del turismo sostenible del litoral).
- Redacción del modelo de Espacios Naturales inteligentes de la Comunitat Valenciana, en colaboración con la Conselleria de Medioambiente.
- Nuevas ediciones (2) del 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 Comunitat Autònoma con un convenio específico para el apoyo de acciones referidas a DTI).
- Continuación de las actuaciones vinculadas al Programa de formación en Transformación Digital para empresas y destinos turísticos.
- Nueva edición del Programa de formación en Smart Marketing para empresas y destinos.



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 llevaron a cabo y/o continuaron con los siguientes proyectos:

- Implantación de un sistema de vigilancia tecnológica especializado en materia de destinos inteligentes. Invat-tur se ha convertido en el primer centro de España con la certificación AENOR de especialización en DTI, como unidad de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva (norma UNE 166.006 de Gestión de la I+D+i: Sistema de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva). Invat-tur ofrece este servicio de información especializado en materia de gestión turística inteligente a través de un boletín y contextualizado en el marco de la estrategia de destinos turísticos inteligentes de la Comunitat Valenciana. Los resultados que ofrece dicha herramienta no sólo permiten ampliar el conocimiento sobre las tendencias actuales en materia de gestión inteligente, sino que están asociados a los diferentes ejes sobre los que pivota el modelo de destino turístico inteligente de la Comunitat Valenciana, ofreciendo así información específica que sirve para el desarrollo de nuevas soluciones tecnológicas y de nuevos modelos de gestión turística. La certificación por la norma UNE 166006 facilita al Invat-tur el proceso de toma de decisiones, a partir de una mayor explotación de los resultados extraídos de la observación y búsqueda de novedades a partir de más de un centenar de fuentes de información especializadas, con el fin de convertir la información en conocimiento y transferirlo internamente a las diferentes áreas de gestión del centro y al propio sector turístico.
- Publicación de informes de inteligencia de mercado a través de plataformas de análisis de big data para la detección de tendencias y comportamientos de los turistas, ofreciendo información relevante sobre el turismo en la Comunitat Valenciana que facilite la toma de decisiones y permita a los agentes implicados mejorar su competitividad.
- 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 de Destinos Turísticos Inteligentes).
- Participación en foros de intercambio de experiencias en vigilancia competitiva: Curso de especialización en Inteligencia Estratégica para Organizaciones Innovadoras de la Universidad de Alicante. Invat-tur colabora en el programa de talleres/workshops de este curso de especialización a través del Observatorio virtual de transferencia tecnológica, en el apartado dedicado a casos y experiencias de vigilancia e inteligencia.
- Jornadas de I+D+i.

5.2.3 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 2019 por el Invat-tur cabe destacar:

- Desarrollo de proyectos de I+D+i en el marco de los convenios con las diferentes universidades valencianas (gestión y desarrollo del proyecto DTI CV y del proyecto Smart Planning con la Universidad de Alicante, etc.)
- Barómetro Redes Sociales y Destinos.
- Evolución de la herramienta Social Analytics: publicación del Monitor de Reputación Online de los destinos.
- Evolución de la herramienta de autodiagnóstico DTI CV.
- Estudio – análisis de situación WIFI Comunitat Valenciana.
- Ebook Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en turismo 2019.
- 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.
- Publicaciones en revistas y congresos científicos.
- Colaboración con la Cátedra de Estudios Turísticos “Pedro Zaragoza Orts” de la UA.
- Colaboración con la Agencia Valenciana de la Innovación -AVI- (Diálogos Tecnológicos)
- Puesta en marcha del Smart Lab, espacio experimental y expositivo donde tienen cabida aquellas herramientas tecnológicas de última generación que pueden ser utilizadas potencialmente por el sector turístico de la Comunitat Valenciana.



5.2.4 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 2019 destacan:

- Cocina Tecnológica: aulas de gastronomía y ciencia:
 - “En busca de la sala mediterránea”
 - “El proceso creativo de Fierro”
 - “La creatividad y la I+D+i, base para su desarrollo en los productos de proximidad”
- I Curso de Especialización L’Exquisit Mediterrani: Turismo Gastronómico y Cultura Culinaria de la Comunitat Valenciana, en colaboración con la Red CdT.

5.2.5 Comunicación y transferencia de resultados

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

- Difusión de la actividad del Invat·tur en foros y jornadas a través de las universidades valencianas.
- Establecimiento de protocolos de colaboración con agentes turísticos.
- *Desayunos Invat·tur*
 - Innovación y disrupción tecnológica: claves para acelerar el proceso de transformación digital del sector turístico
 - Nuevas tendencias en tecnología para alojamientos turísticos: cómo mejorar la experiencia del huésped
 - El papel del Big Data en la toma de decisiones de marketing turístico
- *Talleres del programa de transformación digital del sector turístico*
 - Aplicaciones móviles multifuncionales para destinos turísticos inteligentes.
 - Chatbots: aplicabilidad y adaptabilidad para el sector turístico
 - Design thinking aplicado a empresas y destinos turísticos
 - Optimización de Facebook Ads para el sector turístico
 - Gamificación: cómo hacer que los visitantes jueguen y consuman en los destinos turísticos
 - Introducción al desarrollo de Proyectos Ágiles
 - Inteligencia Artificial en Turismo, lo que está por llegar
 - Cómo implantar una estrategia de destinos turísticos inteligentes
 - Aplicaciones en turismo de la realidad virtual, aumentada y extendida
- Publicaciones de resultados y conclusiones jornadas y proyectos.
- Participación en programas formativos especializados: UMH, UA, etc.
 - Curso “Emprendo en Turismo” de la Universidad de Alicante.
 - Curso taller sobre Branding Turístico (Cátedra Pedro Zaragoza Orts)
- Formación Invat·tur - Red CdT - Universidad de Alicante: Experto Universitario en Housekeeping (3ª edición)
- Potenciación de la presencia del Invat·tur en medios de comunicación generalistas y especializados.
- Participación en seminarios, jornadas y talleres.



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

Para ello en 2019 se dio continuidad a la estrategia CreaTurisme así como a la de ExperienciasCV, que tienen como objetivo final el apoyo a la creación y comercialización de estos productos turísticos. Asimismo, se ejecutaron acciones de promoción para la difusión de los mismos a través de la asistencia a ferias especializadas, acciones con prescriptores, elaboración de material promocional, etc.

También se inició una estrategia de impulso de la comercialización y distribución de dicha oferta experiencial a través de acciones de promoción dirigidas a profesionales, con la organización de workshops tanto directos como inversos para las empresas adheridas así como nuestra participación en este tipo de acciones organizadas por grupos de agencias de viajes a nivel nacional o por Turespaña a nivel internacional.

6.1. PROGRAMA CREATURISME: ACTUACIONES CONJUNTAS

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

Además de continuar las tareas iniciadas el año anterior derivadas de la adhesión de empresas turísticas valencianas al programa CreaTurisme, revisión del cumplimiento de los criterios de adhesión, mantenimiento bases de datos de operadores y medios especializados, elaboración de contenidos para www.creaturisme.comunitatvalenciana.com y para otras webs de promoción turística así como para artículos de prensa, se realizaron las siguientes acciones:

- **Adhesión de empresas CreaTurisme:** el 31 de diciembre de 2019 CreaTurisme alcanzó las 393 adhesiones, siendo 109 las adhesiones a Mediterráneo Activo, 137 las de Mediterráneo Cultural y 147 a Mediterráneo Natural-Rural
- **Newsletters:** elaboración de contenidos y envío de 3 boletines mensuales online para las empresas adheridas a los tres ejes de CreaTurisme. En 2019 se produjeron 30 boletines a partir del mes de febrero.
- **Jornadas de formación de apoyo a la comercialización:** Como continuación a la línea de trabajo iniciada en el anterior ejercicio, el 4, 5 y 6 de marzo se organizaron sesiones formativas aprovechando la Red de Cdt en Valencia, Castellón y Alicante, para la mejora de la comercialización de empresas de servicios bajo la temática de “Cómo participar en un workshop” y “Claves para la comercialización de productos turísticos”.
- **Workshops entre empresas CreaTurisme y operadores turísticos nacionales:** En el marco de la estrategia de apoyo a la comercialización y diferenciación de la oferta turística valenciana, se organizaron diferentes workshops en 2019 para poner en contacto a las empresas CreaTurisme y los agentes comercializadores:
 - *Con agencias de viaje de la Comunitat Valenciana:* 8 mayo (Alicante), 26 (València) y 21 (Alicante). Como continuación a las jornadas de formación de marzo, se celebraron tres workshops con el objetivo de poner en contacto a las empresas prestadoras de servicios con agencias comercializadoras de la Comunitat Valenciana. En cada workshop participó una selección de empresas adheridas a CreaTurisme junto con AAVV de la CV.
 - *Con agentes de viaje en Madrid:* el 2 de octubre se organizó en Madrid, principal emisor turístico nacional para la Comunitat Valenciana, un workshop en el Hotel Ayre Colón entre

agentes de viajes de Madrid, con unos 60 participantes, y una selección de 30 empresas turísticas adheridas a CreaTurisme.

- *Con operadores de distribución turística online:* El 18 de octubre, en el marco de la acción Mostra de Turisme (ver apartado sobre Acciones Promocionales), se organizó un workshop inverso entre una selección de 30 empresas CreaTurisme y operadores de comercialización online procedentes del territorio nacional: Minube, Natulle, El Corte Inglés, Civitatis, Around Spain, Destinia y Viajes Iverem.
- **Asistencia a Ferias:**
 - En 2019 fue la cuarta vez que Creaturisme ha tenido presencia en *Fitur* (23 - 27 de enero, Madrid). La Comunitat Valenciana contó con un espacio con mostradores tematizados para cada uno de los cuatro grupos de producto (Activo, Natural-rural, Cultural y Gastronómico), así como mesas de reunión, las cuales fueron utilizadas durante los días profesionales (miércoles a viernes) por más de 110 coexpositores (empresas del sector) y produjeron una cantidad estimada de 465 reuniones.
 - El producto turístico también fue protagonista en la segunda edición de la *Mostra de Turisme de la Comunitat Valenciana* (19-20 de octubre, Ciudad de las Artes y las Ciencias). Este certamen es un escaparate de toda la oferta turística de la CV, donde los protagonistas son las empresas turísticas que ofrecen servicios experienciales tematizados por productos turísticos. Esta edición de la Mostra supuso un aumento significativo del número de expositores de experiencias turísticas pasando de los 93 de la edición anterior a un total de 119, lo que supone un incremento del 28%. Como novedad en esta edición se realizó un fam trip/workshop inverso entre una selección de 30 empresas valencianas y un grupo de operadores especializados en distribución de experiencias turísticas.
 - Asimismo, también se presentó la oferta de producto en la acción *Road Show Spain Reloaded* (26-28 de noviembre, Suiza). Participación en la acción realizada por Turespaña, presentando la oferta de destino y las experiencias de las empresas adheridas a CreaTurisme CVCVa las agencias suizas. Los workshops tuvieron lugar en Berna, Basilea y Zúrich.

6.1.1 EXPERIENCIAS CV

En 2019 se continuó con el proyecto Experiencias CV, iniciado en 2017, que constituye una plataforma abierta online y offline para la promoción y comercialización de experiencias turísticas que tienen lugar en la Comunitat Valenciana. Como tercer año consecutivo, se mejoró la funcionalidad de la plataforma, permitiendo la edición continua y directa, en tres idiomas (castellano/valenciano/inglés) por parte de las empresas turísticas e impulsando la actualización de la información para asegurar la validez del contenido de las propuestas durante el año 2020.

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

Material Offline

Edición y publicación de folletos: edición de 32.500 ejemplares en total de los catálogos de experiencias para presentar en 2020. Este año se incluyeron 325 experiencias repartidas en siete catálogos temáticos en castellano e inglés (con el objetivo de difundirlos en los certámenes nacionales e internacionales en los que participe Turisme CV) bajo los siguientes títulos:

- Turismo Activo: 63 experiencias - 5000 ejemplares
- Náutica y buceo: 44 experiencias - 5000 ejemplares

- Cicloturismo: 30 experiencias - 5000 ejemplares
- Turismo Cultural: 75 experiencias - 3750 ejemplares
- Ecoturismo: 61 experiencias - 5000 ejemplares
- Enoturismo: 22 experiencias - 3750 ejemplares
- Agroturismo: 31 experiencias - 5000 ejemplares



Material online

Los soportes online de la plataforma ExperienciasCV incluyen la totalidad de las experiencias publicadas por las empresas, superando las 600 a 31 de diciembre de 2019, 150 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

La plataforma web recibió más de 3.500 visitas mensuales. Cada visita veía una media de 3 ofertas y el porcentaje de rebote no llegaba al 7%. Casi el 65% de las visitas provenían de referentes y más del 20% de búsqueda orgánica. La app nativa mantiene más de 1.500 instalaciones en Android y otras tantas en IOS.

Microsites de producto

Se continuó 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.

En 2019 se incluyó la funcionalidad de Geoportal con el fin de geoposicionar los recursos de cada producto y facilitar su localización. También están vinculadas con la web de Experienciascv.com ya que incluyen sus ofertas experienciales correspondientes con la temática del microsite, además estas ofertas que se muestran en el microsite se corresponden con empresas adheridas al programa. Y por último incluyen un blog donde se abre la participación al sector turístico.

En 2019 estaban activas 11 microsites:

- www.ruta-seda.comunitatvalenciana.com
- www.borgia.comunitatvalenciana.com

- www.ruta-grial.comunitatvalenciana.com
- www.caminsdedinosaires.com
- www.agroturismo.comunitatvalenciana.com
- www.birding.comunitatvalenciana.com
- www.ecoturismo.comunitatvalenciana.com
- www.enoturismo.comunitatvalenciana.com
- www.activo.comunitatvalenciana.com
- www.diving.comunitatvalenciana.com
- www.cicloturismo.comunitatvalenciana.com
- www.oliveresmillenaries.com (en colaboración con Cataluña y la Mancomunitat Taula del Sénia).

También estaba publicada una microsite con la información del programa bajo la url <https://creaturisme.comunitatvalenciana.com>. Esta microsite incluye toda la documentación a los formularios para solicitar la adhesión a los distintos programas y da visibilidad a las empresas adheridas.

Adicionalmente se desarrollaron contenidos para otras microsites: Actividades náuticas, Red de Centros de Arte Contemporáneo y turismo deportivo.

6.2. ACTUACIONES POR PRODUCTOS

6.2.1. MEDITERRANEO ACTIVO/DEPORTIVO

Náutico y acuáticas. Entre las acciones desarrolladas en 2019 destacan:

Asistencia a Ferias especializadas

- *Outdoor Expo* (del 1-3 de marzo, Bolonia). Feria referente en turismo activo (marítimo y terrestre) en Italia, que se realiza en paralelo a la feria de buceo European Dive Show. Se realizó visita de inspección para valorar la conveniencia de incorporar este certamen al Plan de Marketing 2020.
- *Medsea* (del 28 al 31 de marzo, Alicante). Asistencia con stand propio. En el stand se organizaron presentaciones de empresas sesiones de formación sobre cómo optimizar participación en ferias y edición de material promocional. Tienen presencia como coexpositores, junto a Turisme CV: Patronato Provincial Turismo Castellón, Asociaciones (Asociación de Centros de Buceo de la Comunitat Valenciana, Asociación de Turismo Deportivo Costa Blanca, Agrupación de Puertos Deportivos y Turísticos de la Comunitat Valenciana, COCEMFE y Asociación de Empresas de Turismo Activo CV Activa), además de las empresas adheridas al programa CreaTurisme CV(grupos de Buceo y Náutica).
- *Valencia Boat Show* (del 30 octubre al 3 de noviembre, Valencia). Asistencia con stand propio. Tienen presencia como coexpositores, junto a Turisme CV: Patronato Provincial Turismo Castellón, Asociaciones (Asociación de Centros de Buceo de la Comunitat Valenciana, Agrupación de Puertos Deportivos y Turísticos de la Comunitat Valenciana, COCEMFE y Asociación de Empresas de Turismo Activo CV Activa), además de las empresas adheridas al programa CreaTurisme CVCV(grupos de Buceo y Náutica).

Presstrip visita instalaciones náuticas (del 29 octubre al 3 de noviembre). Actividad multimercado enmarcada en el POA 2019 de Turespaña con la colaboración de OETs de 7 países. Medios participantes: Boote, Inshore Ireland, Yatch, Nautica y Superyatch, Ocean7, Vene y Kippari, Baadmagasinet. Participan destinos e instalaciones náuticas de la provincia de Alicante y València Alicante Turismo, El Campello, Altea, Calpe, Moraira, Dénia, València y la Agrupación de Puertos Deportivos de la Comunitat Valenciana. El presstrip finaliza con una mesa redonda en el marco del Valencia Boat Show con los medios participantes.

Reuniones de coordinación con la Subdirección de Puertos de la Generalitat, Asociación Clubs Náuticos de la Comunitat Valenciana y Agrupación de Puertos Deportivos de la Comunitat Valenciana y empresas adheridas al programa CreaTurisme.

Buceo. Entre las acciones desarrolladas en 2019 destacan:

Asistencia a Ferias especializadas:

- *EUDI- European Dive Show* (del 1-3 de marzo, Bolonia). XXIII edición de la principal feria dedicada al turismo de buceo en el Mediterráneo. Se realizó visita de inspección para valorar la conveniencia de incorporar este certamen al Plan de Marketing 2020.
- *MAS - More Aqua Show* (del 22 al 24 de marzo, Madrid). Asistencia con stand propio en el único certamen de ámbito nacional dedicado turismo de buceo, tras la cancelación del Dive Travel Show, feria en la que venía participando la Comunitat. Además de la actividad propia generada por el stand, el 23 de marzo se realizó una presentación de destino, se participó en el programa de radio especializado en turismo de buceo Al Otro Lado del Espejo, emitido desde el recinto ferial. Tienen presencia como coexpositores, junto a Turisme CV: Asociación Centros de Buceo de la Comunitat Valenciana, Diputación de Castellón, Benidorm y Jávea.
- *Dive Birmingham* (del 26 al 27 de octubre, Birmingham). Asistencia con stand propio en la principal feria de buceo de Reino Unido. Además del stand, se realizó una presentación del destino Comunitat Valenciana en la sala de conferencias. Participan como coexpositores, junto a Turisme CV: Benidorm y Jávea.

Reuniones de coordinación con la Subdirección de Puertos de la Generalitat, Asociación de Centros de Buceo de la Comunitat Valenciana, y empresas adheridas al programa CreaTurisme.

Soportes para la promoción turística, además del mantenimiento y generación de contenidos para los microsites mencionados, se han editado 7.000 ejemplares (en castellano/valenciano) del Mapa Inmersiones en la Comunitat Valenciana para apoyar la asistencia a ferias, tanto generales como específicas, con información, rutas y fotos de algunas de las especies más representativas.

Cicloturismo. Entre las acciones desarrolladas en 2019 destacan:

Asistencia a Ferias especializadas:

- *Fiets en Wandelbeurs* (del 2 al 3 de febrero, Gante). Participación en el stand de Turespaña. Feria de referencia en torno al cicloturismo y turismo activo en Bélgica, Holanda y Luxemburgo.
- *Cosmo Bike Verona* (16 febrero, Verona) visita de inspección con agenda de reuniones a esta feria de ciclismo para valorar la conveniencia de incorporar este certamen al Plan de Marketing 2020.
- *London Bike Show* (30 marzo, Lodon) visita de inspección con agenda de reuniones a esta feria de ciclismo para valorar la conveniencia de incorporar este certamen al Plan de Marketing 2020.

- *Argus Bike Festival* (del 30 al 31 marzo, Viena). Participación en el stand de Turespaña. Feria más importante del país en ciclismo y una de las más importantes de Europa.
- *Festibike* (13 de septiembre) visita inspección y reuniones. No se valoró positivamente incorporar este certamen al Plan de Marketing 2020
- *València Bike's* (del 15 al 17 de noviembre, 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. Tienen presencia como coexpositores en el stand: Castellón Mediterráneo, la asociación de empresas de turismo activo CV Activa y empresas del sector.

Press trip Vías Verdes Comunitat Valenciana con profesionales de mercado alemán, belga, noruego y francés especializados en cicloturismo, senderismo y BTT: Coordinación y gestión de la acción junto a Castellón Mediterraneo, Diputación Valencia, Costa Blanca, Turismo Valencia y Benidorm.

Otras acciones promocionales:

- *Jornada dinamización de las Vías Verdes* (18 octubre, Algimia de Alfará): participación y ponencia.
- *Reuniones de coordinación* con Conselleria de vivienda, obras públicas y vertebración del territorio sobre Eurovelo. Cesión de contenidos e imágenes (8 reuniones).
- *Reuniones Comité Técnico* en materia ciclista con DGT, Federación Ciclismo CV, Salut pública, Diputación Castellón, Diputación Valencia, Ministerio de Fomento, Agrupación Tráfico Guardia Civil.
- *I Jornada de Cicloturismo Ribera de Xúquer* (29 de noviembre, Barraca de Aigües Vives): participación y ponencia.

Soportes para la promoción turística, edición e impresión de 2.000 ejemplares en castellano y francés la Guía de Cicloturismo. La guía propone rutas ciclistas, vías verdes y rutas BTT señalizadas para ser recorridos con calma y sosiego todo el año, gracias al clima privilegiado de la Comunitat Valenciana.

Además se han editado 7.000 ejemplares en varios idiomas de los Planos Vías Verdes que describen las 11 rutas con información y QR para poder descargarlas todas las rutas en un dispositivo móvil; las vías Verdes son antiguas vías de ferrocarril adaptadas que se utilizan en la actualidad como rutas peatonales, ciclistas o a caballo en el medio natural. En la Comunitat Valenciana existen once rutas en un total de 170 km.

Activo. Entre las acciones desarrolladas en 2019 destacan:

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

Acciones con prescriptores especializados:

- *Coordinación de la acción de presstrip junto a Castellón Mediterraneo para la revista Trekking*
- *Presstrip turismo activo (22 al 28 de septiembre)* no ejecutada por falta de participantes. Actividad multimercado enmarcada en el POA 2019 de Turespaña con la colaboración de OETs de 3 países. Participaban los siguientes destinos: Alicante, Moraira, Jávea, Vaència, Montanejos, Chulilla. Actividad emplazada para 2020.

Congreso Anual de Turismo (del 19 al 21 de noviembre, Gran Canaria), organizado por ANETA: presentación del destino Comunitat Valenciana.

Soportes para la promoción turística, además del mantenimiento y generación de contenidos para los microsites mencionados, se editaron 1.800 ejemplares en varios idiomas del Folleto de Turismo Activo; asimismo se realizaron 1.000 ejemplares de gafas VR promocionales de turismo activo incluyendo códigos QR para acceder a los vídeos de 360º realizados.

Deportivo. Entre 2019 se han realizado reuniones de coordinación con la Dirección General de Deporte, Asociación Trinidad Alfonso y diferentes promotores y empresas de turismo deportivo.

6.2.2. MEDIETRÀNEO 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.

Turismo ornitológico. Entre las acciones desarrolladas en 2019 destacan:

Asistencia a Ferias especializadas

- *MadBird* (junio): En 2019 se asistió a esta feria que se realiza en el centro de Madrid. Se trata de una feria de público.
- *British Birdfair* (agosto): La Comunitat Valenciana asistió a este certamen (el más importante de cuantos se celebran dedicados a la ornitología) bajo el paraguas de Turespaña, junto a otras Comunitats autónomas, ya que no disponemos de stand propio.
- *Delta Birding Festival* (septiembre): Se asistió a este festival que se realiza en las instalaciones de Món Natura, en pleno parque natural del Delta de l'Ebre. Se trata de un certamen muy especializado y dirigido a los aficionados a la observación de aves.

En 2019, como novedad, se asistió a dos pequeños certámenes internacionales buscando captar a público centroeuropeo y también al cliente nórdico:

- *Pannonian Bird Experience* (abril): evento dedicado a los amantes de la ornitología que se celebra en un parque natural cercano a Viena y que atrae a público alemán, austriaco y húngaro principalmente. Se realizaron dos presentaciones del destino Comunitat Valenciana para birdwatching.
- *Falsterbo Bird Show* (agosto-septiembre): en este evento que se celebra en Suecia, atrae a birders de toda Escandinavia. En esta ocasión se participó con una caseta y con una presentación sobre las posibilidades del birding en la Comunitat Valenciana.

Press trip invernal, con la participación de tres periodistas británicos especializado en ornitología. Se celebra en diciembre, con el propósito de que conociesen las especies que se pueden observar durante el invierno, con clara vocación desestacionalizadora. Por primera vez se incluyó la provincia de Castellón, aprovechando las conexiones aéreas con Reino Unido desde el aeropuerto de Castellón. El viaje de los periodistas contó con la colaboración de las marcas provinciales, así como de sector privado y recorre la Comunitat Valenciana desde el PN del Hondo hasta el Prat de Cabanes Torreblanca, pasando por las zonas esteparias del Vinalopó y la media montaña de la comarca de los Serranos.

Cursos de formación: Organización de cursos de formación dirigidos al personal del sector turístico para que conozcan el producto de turismo ornitológico. En este caso, se realizaron actividades formativas en el interior de la provincia de Valencia, en la Canal de Navarrés, y en Ayora. Estas acciones formativas responden a solicitud de destinos donde se han incorporado rutas ornitológicas.

Soportes promocionales. Además del mantenimiento y generación de contenidos para los microsites mencionados, en 2019, se editaron 1.000 ejemplares en castellano de una nueva mini guía de aves con información e ilustraciones de 100 aves que eligen la Comunitat Valenciana en su ruta migratoria. Además, la publicación ofrece una checklist de especies observadas. Está prevista una edición en inglés para apoyar la asistencia a certámenes internacionales específicos.

Turismo de jardines: en 2019 se realizó un Press trip para la redactora de la revista L'Art des Jardins (Francia) para recorrer diferentes jardines de la Comunitat Valenciana (Palmeral Elx, laberinto Onil, l'Albarda, y jardines de la ciudad de València).

Agroturismo. Se participó en cursos de formación organizados por la Conselleria de Agricultura en Cortes de Pallás, Utiel y Cabanes. En Soportes para la promoción turística se realizó el mantenimiento y generación de contenidos para los microsites mencionados.

Ecoturismo. En el IV Congreso Nacional de Ecoturismo en España (noviembre, Guadix) se participó en bolsa de contratación con agentes extranjeros especializados en ecoturismo; asimismo se presentó la estrategia CreaTurisme de productos ecoturismo y birding a los participantes del congreso. En Soportes para la promoción turística se realizó el mantenimiento y generación de contenidos para los microsites mencionados.

Acciones conjuntas para varios productos:

- *Reuniones con los comités de producto* de los productos de la línea de Mediterráneo Natural y Rural en septiembre (Birding, ecoturismo, enoturismo y agroturismo) donde se revisaron las actuaciones llevadas a cabo hasta la fecha y las líneas para 2020.
- *Elaboración de manuales* de cada uno de los productos, y envío a todas las entidades adheridas a cada uno de los programas. También para los programas de Camins de Dinosaurios y de la red de arte contemporáneo y rural de la CV.

6.2.3 MEDITERRÀNEO CULTURAL: ITINERARIOS, RUTAS, REDES CULTURALES

Esta línea de producto incluye los productos relacionados con el turismo de cultural como: Ruta de la Seda, Territorio Borgia, Ruta del Grial, Camins de Dinosaurios, Red de Centros de Arte Contemporáneo, Turismo Musical y otras propuestas de Turismo Cultural y turismo idiomático.

Turismo musical. Entre las acciones desarrolladas en 2019 destacan:

Asistencia Ferias especializadas

- *Fitur Festivales:* (del 23 al 27 de enero, Madrid). Segunda edición. Participación con un stand de 36 m² en el que asisten más de 40 empresas. Somos el organismo que más horas de escenario copa con presentaciones específicas de cada uno de los festivales. Se anunció la programación de la Comunitat Valenciana bajo un mismo nombre "La hora Mediterranean Musix". Presencia el fin de semana con actuaciones musicales, incluyendo varios grupos, festivales y la fiesta que anualmente organiza FOTUR para dar relevancia a la Música Electrónica en la Comunitat Valenciana.

- *Bime PRO* (del 30 de octubre al 1 de noviembre, Bilabo). Feria de turismo musical más importante del país. Participación, en el espacio Luxua Central, un stand de 32 m² que ofrece espacio de reunión para los más de 50 empresarios valencianos participantes. Participación activa en los “speed meetings”, encuentro con las ferias musicales iberoamericanas y en el Bime Campus, una de las formaciones más interesantes en el negocio de la música. Presentación de un elevado número de proyectos y reuniones.
- *Trovam* (del 7 al 10 de noviembre, Castellón). Feria de la industria musical valenciana, de público profesional, con un componente importante de Show Cases para descubrir grupos emergentes. Importantes las salas donde, entre otras, tuvo lugar la reunión anual de la asociación de Salas de España, o un congreso de la APM. Se participó en varias mesas con la presencia del Secretario Autonómico de Turismo.
- *Monkey Week* (del 18 al 23 de noviembre, Sevilla). Festival donde acuden todos los promotores a descubrir las nuevas promesas del mercado musical nacional. Programación de charlas para público profesional. Participación en el Concierto de la banda Valenciana Badlands y con degustación de paella valenciana en el Claustro de Santa Ana.

Acciones con prescriptores:

Preparación de congresos y envío de material / ponencias para diferentes congresos fruto de las diferentes Líneas Nominativas que Turisme CV tienen con asociaciones y federaciones de marcado carácter cultural.

- *REMA*. European Early Music Network: Capella de Ministrers
- *Winter Music Conference* (Miami): FOTUR
- *Music Tourism Convention* (Liverpool): MUSICA PROCV
- *The Midwest Clinic* (Chicago) y Concurso Nacional Bandas (Paipa): FSMCV

Programas de televisión y publicaciones

- *Terra de Festivals*: emitido en Tele 7. Revisión del material y coordinación de las grabaciones.
- *Headliners TV*: emitido en canal 9. Revisión del material y coordinación de las grabaciones. Un total de 6 programas.

Prensa escrita

- *Valencia Plaza*: Colaboración constante con diferentes temáticas dentro del panorama musical. Desde la ley del ruido hasta campaña festivales, o monográficos sobre diferentes festivales.
- *Periódico de Aquí*: Entrevista al técnico responsable de la promoción de turismo musical en Turisme CVCVCV para tratar la política turística musical desde un punto más personal.
- *Medios especializados* Beats y Escenarios: contando política turística musical de Turisme CVCVCV.

Otras acciones promocionales

- *Curso Producción de Eventos Musicales*, en colaboración con la Universidad de Valencia y la empresa Songs for ever. Presentación de CreaTurisme CVCVCV de Turisme CVCVCV y las marcas Mediterraneu Musix y Mediterraneu Fest.
- *Master en producción de eventos musicales Universidad de Valencia ADEIT*. Video charla.

- *TIIM. Turismo e industria musical, Valencia y Castellón.* Participación en diseño de las jornadas profesionales, convocatoria y mesas para destacar el trabajo realizado desde las marcas Mediterranean Musix / Mediterranean Fest.
- *Asociación Promotores Musicales (APM) Congreso Anual Benidorm.* Participación en mesa redonda festivales vuelta al origen.
- *Ley de Protección contra la Contaminación Acústica:* Intermediación con la Generalitat, en relación a la: incorporación a la norma de los festivales de música reconocidos por Mediterranean Musix / Mediterranean Fest, permitiendo excepcionalidad en el cumplimiento de niveles de ruido.

Ruta del Grial. En 2019 se inauguraron las dos primeras *Obras Conmemorativas Ruta del Grial*, ubicadas al inicio y fin de la ruta (Barracas y Massamagrell). Preparativos para el traslado y ubicación de una de las obras al stand de la Comunitat Valenciana para la feria FITUR 2020.

Ruta de la Seda. Entre las acciones desarrolladas en 2019 destacan:

Acciones con prescriptores:

- *Redacción de contenidos* para artículos en medios de comunicación generalistas o especializados en turismo cultural. Cabe destacar la extensa publicación, de varias páginas, realizada en el Diario Información en el mes de septiembre.
- *Viaje de familiarización* de una delegación china procedente de Tianjin (China) en el mes de abril. Acompañados por empresarios españoles, asistieron altos representantes de instituciones culturales. Acompañamiento, visita guiada y entrega de material.

Otras acciones promocionales

- *Jornadas vivir la seda (UNESCO):* Turisme CV firmó un convenio de colaboración con UNESCO, siendo objeto del mismo, entre otros, la realización de la "Jornada de la Ruta de la Seda por/con la diversidad funcional". Participaron en la jornada, que tuvo lugar en el mes de octubre, siete centros ocupacionales de diferentes municipios de la Comunitat Valenciana (Segorbe, Nules, Valencia, Burjassot, Gandía, Pego y Oliva). Turisme CV colaboró en la celebración de las jornadas, presencialmente y a través de la entrega de material para los participantes.
- *Jornada en la Universitat de València:* III Encuentro "La Ruta de la Seda en la UV"
- *Colaboración en la difusión de actividades* y agenda de agentes vinculados a la ruta de la seda: Colegio del Arte Mayor de la Seda, Museo Nacional de Cerámica, etc.
- *Encuentro de Expertos en Textiles en el marco del Atlas Interactivo de la Ruta de la Seda de UNESCO:* 3 y 4 marzo en València. Reunión organizada por Turisme CV con 21 participantes seleccionados por UNESCO procedentes de diferentes países. El objetivo es integrar en el Programa UNESCO - Ruta de la Seda las distintas contribuciones al patrimonio que la ruta supuso, siendo el textil uno de los temas esenciales. UNESCO consideró la candidatura de València porque su larga tradición en manufacturas textiles en seda representa uno de los pocos ejemplos en Europa en el que el legado sedero permanece vivo a través de la creatividad, de la producción y del comercio. El objetivo del Atlas es proporcionar información clave que resalte las influencias mutuas de las culturas a lo largo de las rutas de la seda, teniendo en cuenta el patrimonio cultural y natural, así como el patrimonio tangible e intangible.

Otros temas culturales

- *Curso de Turismo Cultural*: en 2019 la Fundación Cañada Blanch organizó la XVIII 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.
- *Colaboración con el año nuevo chino*: instalación de carpa con materiales turísticos de la Comunitat Valenciana en la celebración del año nuevo chino en València.
- *Visitas-taller*: Turisme CV, que está en el comité organizador, colaboró aportando ponencias sus técnicos y organizando tres visitas-taller en destinos de la CV que están impulsando el turismo cultural. En 2019 las vistas-taller han tenido lugar en: Sagunto, Vilafamés y Xàtiva. 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.
- *Asamblea de la Asociación de Producto turístico “Castillos y Palacios de España”*: El 20 de noviembre de 2019, Turisme CV 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 CV, asistieron representantes de ayuntamientos que albergan castillos asociados al Club de Producto: Buñol, Cullera, Peñíscola, Xàtiva, Villena y Bétera. A destacar que los tres casos expuestos como modelos de buenas prácticas corresponden a castillos valencianos.
- *Capitales Culturales de la Comunitat Valenciana*. Turisme CV participó en 2019 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 2019 se recibieron las candidaturas presentadas que fueron estudiadas y valoradas, y debatidas en la Comisión creada para tal fin en la Conselleria de Educació, Cultura y Deportes.
- *Colaboración en los actos de conmemoración del X aniversario de la inscripción del Tribunal de las Aguas de la Vega de València* en la lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la humanidad por la UNESCO. Reuniones preparatorias, difusión a través de nuestros canales y entrega de material.
- *Colaboración con AEVAV* en la organización de la *Feria de Turismo y Cultura Valenciana* celebrada en Beziers, Carcassonne, Montpellier y Perpignan.
- Colaboración con las *Jornadas de Romanidad* organizadas por el Ayuntamiento de Sagunto
- *Creación de marca turística* y desarrollo de manual de marca para Arte Rupestre de la CV.
- *Coordinación con la Universitat de València* para el desarrollo del producto turístico ligado al arte rupestre valenciano fruto del convenio de colaboración con Turisme CV. Coordinación para la creación de una microsite de arte rupestre.
- *Participación en vídeo divulgativo* sobre arte rupestre de la Comunitat Valenciana.
- Desarrollo del proyecto técnico para las *señalética de producto*. Este proyecto técnico partía del proyecto gráfico desarrollado con anterioridad que se aplicará en productos que consisten en itinerarios como la Ruta del Grial, Territorio Borgia o Camins de Dinosaurios.

Idiomático. Entre las acciones desarrolladas en 2019 destacan:

Acciones con prescriptores:

- *Fedele Annual Meeting: Vamos València*, en octubre. Se trata del principal evento profesional que se realiza anualmente en España para el impulso y promoción del turismo idiomático. Al evento asistieron 36 operadores extranjeros, procedentes de Bulgaria, Rusia, Polonia, Italia, Dinamarca, Ucrania, UK, Irlanda, Eslovaquia, Corea del Sur, Serbia, Alemania, Países Bajos, Kyrgyzstan, República Checa y Suiza. Durante su estancia se reunieron con todas las escuelas de español asociadas a FEDELE.
- *Fam-trip de agentes idiomáticos*, del 4 al 6 de diciembre, en colaboración con FEDELE, con destino a Alicante, Denia y València, integrado por 6 profesores-prescriptores de estancias idiomáticas procedentes de Noruega, USA, Francia, Argelia e Italia.

Materiales para la promoción turística: Además del mantenimiento y generación de contenidos para los microsites mencionados, se editaron 5.000 ejemplares de 3 modelos de Flyers Culturales: de Territorio Borgia, Ruta del Grial y Ruta de la Seda.

6.3. RED GASTRO TURÍSTICA CV – L'EXQUISIT MEDITERRANI

La oferta gastronómica de la Comunitat Valenciana constituye un elemento diferenciador de su identidad mediterránea. Más del 20% de los visitantes internacionales de la Comunitat Valenciana realiza actividades gastronómicas específicas (restaurantes gastronómicos, bodegas, etc.): el interés de la demanda aumenta entre turistas internacionales y nacionales (en 2017 los nacionales con interés en la gastronomía se incrementaron un 24,6% y, en los dos últimos años, los internacionales un 37,4%). Los residentes en España realizan al año más de 900.000 viajes con la gastronomía como motivación principal, con un gasto en destino que duplica el gasto medio.

2019 fué un ejercicio clave en el impulso de este producto que se materializó en la puesta en marcha de los siguientes instrumentos operativos:

- Creación de la *Red GastroTurística CV* como instrumento de gobernanza
- Refuerzo transversal de los programas a través del *Plan de Acción 2019*
- implantación de la marca promocional "*Comunitat Valenciana - L'Exquisit Mediterrani*"

A través de estos instrumentos se integran en la estrategia gastronómica los principios de la Ley de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana, que reconoce la gastronomía como recurso turístico de "primer orden" junto con el paisaje y la cultura; los valores de gobernanza colaborativa, sostenibilidad, cultura de acogida, vertebración del territorio, competitividad y excelencia; y se da respuesta a la iniciativa del Seminari de "Estiu 2018" del Consell, que estableció entre los proyectos prioritarios a desarrollar la creación de una red alrededor de la gastronomía para generar sinergias que nos sitúen a la vanguardia del producto turístico - gastronómico.

6.3.1 Red GastroTurística CV

El 8 de enero de 2019, se presentó al sector la Red GastroTurística CV, su estructura y plan de acción, en una reunión en la que participaron cerca de 50 representantes sectoriales, y que culminó el 14 de enero con la presentación pública, en el edificio *Veles e Vents*, de la marca, sus valores y estrategia. Al acto se convocó a medios y profesionales de la gastronomía y el turismo.

A raíz de ello, en 2019 se definió y puso en marcha la Red GastroTurística CV como estructura para la gobernanza colaborativa, la ordenación y el impulso del turismo gastronómico en la Comunitat Valenciana. La red parte de una visión compartida entre los agentes y aborda el desarrollo del turismo gastronómico desde distintos ámbitos con 8 ejes definidos y un programa de actuaciones.

Para su articulación, la red parte de los centros CdT e Invat-tur como nodos territoriales de primer nivel, e ira avanzando en la participación de representantes subsectoriales de ámbito autonómico - confederaciones y federaciones empresariales y profesionales- y local de la gastronomía y el turismo, así como de otras entidades de promoción económica, universidades, centros de investigación e internacionales. Basa su articulación en tres soportes: un sistema de adhesión de los agentes, foros de representación y participación e instrumentos de gobernanza para la realización de actuaciones en colaboración.

6.3.2. Plan de Acción del Turismo Gastronómico

Las actuaciones del Turismo gastronómico se engranan en un plan de acción, puesto en marcha en 2019, que engloba de forma transversal las actuaciones impulsadas desde los programas de Turisme CVCVCV o programadas conjuntamente con los agentes adheridos a través de convenios y otras fórmulas de gobernanza colaborativa.

En 2019 se ejecutaron cerca de 100 actuaciones en colaboración con más de 60 agentes, 600 acciones formativas con 12.000 participantes y más de 500 acciones sobre el producto y el mercado turístico, a través de sus 8 ejes de actuación:

Conocimiento e investigación aplicada (Eje 1)

En colaboración con el Centro de Gastronomía Mediterránea - GASTERRA (UA - Dénia se avanzó en el proyecto de investigación *Adherencia a la Dieta Mediterránea* y en la implantación piloto en el territorio del *Mapa de Valor de la Cultura Gastronómica de la Comunitat Valenciana* con tres proyectos piloto: València - L'Horta, Dénia - La Marina Alta y Vinaros - Maestrat. Con el apoyo de Invat-tur, GASTERRA dirigió el primer encuentro del *Aula de Cocina Tecnológica: en busca de la sala mediterránea* para la elaboración del *Decálogo de la Sala Mediterránea*.

Cabe destacar la actividad de la Universidad de Alicante (con la colaboración del Ayuntamiento de Dénia y Turisme CV) como nodo de primer nivel de la Red GastroTurística CV, a través de más de 50 conferencias, mesas redondas, participación en medios y publicaciones científicas alineadas con los valores y el enfoque de la red y la marca L'Exquisit Mediterrani.

Desarrollo de producto (Eje 2)

Acciones de promoción nacional e internacional bajo la marca L'Exquisit Mediterrani, en colaboración con Valencia Culinary Festival (Club de Producto Valencia Premium), escenarios *showcooking* y ponencias de alta cocina en Alicante Gastronómica y Gastrónoma (IFA y Feria Valencia), campaña "Comunitat Valenciana, tu próximo destino gastronómico" en Madrid o promociones internacionales en Portugal, Francia, Holanda y Reino Unido (CONHOSTUR y Consejo de Cámaras CV) entre otras; así como talleres y conferencias para la competitividad de los restaurantes de alta cocina y cocina mediterránea de excelencia, como las celebradas en Alcoy, Valencia y Orihuela (Consejo de Cámaras CV) o la colaboración en el programa "Cuineres y cuiners" de À Punt Mèdia (Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació).

En enero la oferta gastronómica de la Comunitat Valenciana se presentó, por primera vez en FITUR, bajo la parca paraguas "Comunitat Valenciana – L'Exquisit Mediterrani", unificado los espacios expositivos de la gastronomía: escenario de *showcooking*, zona de catas y acciones de comunicación. A lo largo de 2019 este formato se mantuvo en certámenes como Madrid Fusión, Alicante Gastronómica, Gastrónoma o la Mostra de Turisme CV segmentando el contenido.

Se realizaron más de 320 presentaciones de cocina en vivo, *showcooking*, catas, degustaciones y otros formatos de presentaciones de producto en colaboración con los agentes.

Refuerzo de productos gastronómico experienciales

A través de la Red GastroTurística CV y del programa CreaTurisme se refuerza especialmente desarrollo de productos gastronómicos experienciales como el enoturismo, pescaturismo o gastro-agroturismo trabajando directamente con las empresas y agentes.

- Enoturismo: Por primera vez se desarrolló un programa de promoción del enoturismo de la Comunitat Valenciana en colaboración con la nueva Federación de Enoturismo, que reunió las rutas del vino de Alicante, Utiel-Requena y Castellón. Por otra parte, se llevaron a cabo distintas reuniones de seguimiento para la puesta en marcha de la nueva ruta “Ruta del Vino Valencia”, impulsada por el Consejo Regulador DO Vino Valencia.
- Agroturismo: se continuó trabajando con la Federación de Cooperativas Agroalimentarias de la CV en acciones de difusión del producto agroalimentario de calidad entre los profesionales de la cocina, ofreciendo también soporte a las cooperativas.
- Pescaturismo: las acciones se centraron en los municipios que están impulsando proyectos locales, a través de presentaciones en colaboración con empresas y destinos (presentación FITUR Vinarós, Dénia, València y Torrevieja); y otras colaboraciones internacionales como la realizada con la fundación *Ethic Ocean*, cuya misión es fomentar actividades sostenibles y responsables para la conservación de los mares, y la organización del concurso de cocina con pescado de descarte “Oliver Roellinger” en el CdT de València (sede de la edición del Sur de Europa) o la expresión de apoyo a la Fundación Valenciaport para dar continuidad a proyectos europeos de InterregMed.

Cabe destacar la labor realizada con las empresas en 2019 a través de la estrategia CreaTurisme con su adhesión al programa en las líneas de pescaturismo, agroturismo, oleoturismo y otras experiencias gastronómicas asociadas a otros productos como el rural, cultural o urbano. Las empresas de turismo gastronómico, junto con el resto de productos, han recibido formación para la comercialización, asistido a *workshops* con agentes, difundido sus experiencias a través de www.experienciascv.es y publicaciones. En materia de competitividad, destacar también los talleres de competitividad sobre gastro-agroturismo y enoturismo impartidos en Castellón y Alicante respectivamente, en colaboración con las respectivas cámaras territoriales de comercio y con la participación de expertos de relevancia nacional.

Promoción y marketing (Eje 3)

En 2019 la nueva marca jujó un papel fundamental como elemento de **branding gastronómico** para aglutinar las acciones de comunicación y posicionar a la Comunitat Valenciana como destino gastronómico de excelencia. Además de la producción de rollers y merchandising (delantales, chapas, bolsas, muestras de producto, etc.), se ha implantado la imagen de L’Exquisit Mediterrani en un gran número de elementos y soportes de comunicación en acciones propias y en colaboración con los agentes, destacando especialmente el impacto de la marca en medios y redes sociales ([#LEXQUISITMEDITERRANI](https://twitter.com/LEXQUISITMEDITERRANI)) a lo largo del ejercicio.

Dentro del calendario de **ferias 2019**, la oferta gastro-turística estuvo presente en certámenes gastronómicos especializados y ferias de turismo nacionales; además de ferias de promoción agroalimentaria como Salón Gourmets (Madrid) donde, en colaboración con la Conselleria de Agricultura, se refuerzó el binomio cocina-producto a través de un escenario showcooking gestionado desde Turisme CV. También cabe destacar la presencia de L’Exquisit Mediterrani en certámenes internacionales como WTM o ITB, con catas y degustaciones ofrecidas en el stand.

En cuanto **fam trips y press trip**, destaca el que se realizó en Alicante o los realizados en colaboración con medios coincidiendo con eventos de relevancia como Valencia Culinary Festival o World Paella Day, entre otros.

Cabe señalar las campañas dirigidas a la gastronomía de interior, como las “Jornadas de los Platos de Cuchara” o el concurso “Mejor Tapa MadeinCV” realizados por CONHOSTUR en las tres provincias; así como las ayudas concedidas a empresas -20 proyectos apoyados a través del Prog. 3, Marketing de producto turístico, de la convocatoria 2019 para empresas y asociaciones- y a destinos turísticos – 25 proyectos desde el Supr. 2.2, Impulso a la imagen de los destinos turísticos de la CV, de la convocatoria 2019 para entidades locales-.

A través de la campaña de **publicidad *Mediterráneo en Vivo*** se reforzaron las inserciones de artículos de gastronomía y enoturismo en publicaciones especializadas y redes sociales y la colaboración en guías como “55 Mejores Restaurantes de la CV” o “Wikipaella”, entre otras, así como en los canales de comunitatvalenciana.com.

Difusión de los valores de la gastronomía propia (Eje 4)

En 2019 se puso en marcha el Catálogo de Eventos Gastronómicos, que cuenta en la actualidad con más de 100 registros de fiestas, concursos, jornadas y otras tipologías de promoción de la gastronomía local que, bajo los valores y la marca L’Exquisit Mediterrani.

A lo largo del año se prestó apoyo a las entidades en la planificación y difusión de las acciones, ofreciendo soporte logístico desde la Red de CdT, con la participación de los alumnos en los concursos o prácticas formativas: concursos de gran trayectoria como el 59º Concurso de Paella Valenciana (Sueca), 56ª Festa del Llangostí (Vinaròs), 45º Concurso Internacional de Fideuà y Gastronomía (Gandia); fiestas y festivales como 40ª Edición del Día de las Paellas (Benicàssim), 28ª Feria del Vino (Requena), 19ª Fiesta de la Cereza (Vall de Gallinera), 26ª Festa de la Carxofa (Benicarló), 22ª Fira Valenciana de la Mel (Montroy), 9ª Jornades Gastronòmiques de la Tófona (L’Alt Maestrat), VIII Jornades d’Arròs Bomba (Pego), entre otras.

Asimismo, se promovieron eventos relevantes como el D*NA Fòrum (junto al Ayuntamiento de Dénia), la celebración del World Paella Day (junto al Ayuntamiento de València) o Gastrovegabaja (en colaboración con la Asoc. de Empresarios de Turismo de Torrevieja y la Vega Baja). A señalar también la participación de Turisme en el Comité de Expertos para la declaración de la paella como Bien de la Cultura Mundial Inmaterial de la UNESCO, el nombramiento de José Andrés como 1er. Embajador Internacinal de L’Exquisit Mediterrani.

Competitividad (Eje 5)

Contando con la colaboración de las cámaras de comercio, a través de Accetur (Aceleradora Empresarial y del Emprendimiento Turístico) se promovió el emprendimiento y la competitividad de las micro-pymes y pymes turísticas dando prioridad a nuevas propuestas de oferta gastroturística. Además de las ayudas a las empresas para la competitividad y las acciones del SICTED sobre restaurantes, bodegas y otros servicios gastroturísticos, estas acciones se reforzaron con un programa de competitividad empresarial, en colaboración con el Consejo de Cámaras CV, dirigido específicamente al sector: alta cocina, enoturismo, agroturismo y cocina mediterránea.

Cualificación y formación profesional (Eje 6)

En el marco de los CdT durante el primer semestre se continuó con las “Jornadas de Autor”, con la presencia de profesionales de referencia en el campo de la alta cocina, sala y repostería; o el I CURSO de especialización universitaria “L’Exquisit Mediterrani: Turismo Gastronómico y Cultura Culinaria de la Comunitat Valenciana” organizado simultáneamente con las universidades de València, UJI de Castellón y Gasterra – UA, del que es han realizado 8 ediciones con un programa común, de 100 horas de duración teórico-prácticas cada una de ellas, y que ha formado a más de 150 agentes a lo largo de todo el territorio.

Infraestructuras y equipamientos (Eje 7)

Turisme CV colaboró con los destinos en la mejora de infraestructuras y equipamientos para la interpretación y acceso de los visitantes al patrimonio y el paisaje gastronómico de la Comunitat Valenciana a través del *Programa 1. Inversión en adecuación y mejora de los servicios y recursos turísticos*, de la convocatoria de ayudas 2019.

Mediante dicho programa de incentivos se apoyó un total de 10 proyectos de inversión en recuperación y equipamiento de rutas y centros temáticos llevados a cabo por entidades locales:

- Ruta de los Huertos Medievales (Alpuente)
- Bodegas Subterráneas Puerta del Sol (Utiel)
- Centre d'Interpretació del Vi (Benlloch)
- Senda del Limón (San Miguel de Salinas)
- Ruta Medieval dels Peixcadors (Moncofa)
- Rehabilitación de la Antiga Pesquera (Xeraco)
- Señalización de la Ruta dels Molins (Pedreguer), del Centro de Interpretación Molí de l'Oli (Cervera del Maestre) y de la Ruta de L'Horta (Meliana)
- o la Exposición Permanente del Arroz en el Museo del Molí Nou (Quartell)

Gobernanza colaborativa (Eje 8)

Sistema de adhesión a la red. Puesta en marcha de la Fase I:

En 2019 se adhirieron 53 entidades y destinos:

- 42 municipios (20 de la provincia de Alicante, 12 de Castellón y 10 de Valencia).
- 11 entidades, como universidades, el Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana, y las cámaras, clubs de producto como Valencia Premium, asociaciones empresariales, etc.

A lo largo del ejercicio, se prestó asistencia a las entidades adheridas, en la coordinación y planificación de actuaciones y eventos, prestando respaldo organizativo a través de la Red de CdT e institucional a través de la marca L'Exquisit Mediterrani y los canales de promoción y difusión de Turisme CV.

Foros de representación y participación:

El 5 de junio en el CdT Marina Alta de Dénia, se constituyó el *Comité Asesor de la Red GastroTurística CV*, que junto con los *Grupos de Trabajo de Turismo Gastronómico* (que entrarán en funcionamiento en 2020) son las estructuras participativas para la coordinación de estrategias y propuestas. En la misma se presentó el Plan de Acción y ejes de actuación a los cerca de 60 representantes de la gastronomía y el turismo que convocados. Además se participó en encuentros intersectoriales y territoriales para impulsar y apoyar actuaciones en red, como la puesta en marcha de la Federación de Enoturismo CV en 2019, la futura Ruta del Vino de la DO Valencia, la coordinación entre las universidades en el diseño de un mismo programa formativo sobre Turismo Gastronómico para 8 ediciones o la coordinación con otros departamentos de la Generalidad en materia de pescaturismo o promoción agroalimentaria.

Instrumentos de gobernanza colaborativa:

- *Líneas nominativas:* En 2019 se ejecutaron 18 convenios de colaboración, con acciones de co-marketing, proyectos de investigación y acciones para el emprendimiento y la formación cualificada, integradas en el Plan de Acción de L'Exquisit Mediterrani.
- *Programas de ayudas 2019,* se aprobó la colaboración con 46 proyectos de fomento del turismo gastronómico con entidades locales, de las cuales 20 están adheridas a la Red GastroTurística CV (13 en la provincia de Castellón, 20 en València y 13 en Alicante). Cabe destacar que cerca del 46% de las ayudas aprobadas dentro del Subprograma 2.2 "Impulso a la imagen de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana", corresponden a eventos gastronómicos promovidos por los destinos.
- *Planes de Gobernanza Turística:* coordinación de acciones de contenido gastronómico dentro de los planes Club de Producto Gastronómico El Carraixet; Mancomunitat Alto Palancia, Mancomunitat del Alto Turia, ManComunitat Tierra del Vino, etc.

6.3.3. Marca del producto gastronómico Comunitat Valenciana

El Área de Marketing desarrolló el elemento gráfico "L'Exquisit Mediterrani", su manual de aplicación y otros soportes de comunicación como un vídeo promocional. La marca tuvo un notable impacto, tanto por el incremento de acciones de turismo gastronómico propias de Turisme CV como por el efecto multiplicador que ha supuesto el trabajo en red y su utilización en campañas y eventos promovidos por los destinos y entidades adheridas a la Red en múltiples soportes y canales sociales en el medio *online*.

PROMOCIÓN L'EXQUISIT MEDITERRANI	
TIPO DE PRODUCTO	UNIDADES
Delantalde algodón negro	500
Cuchara de madera	3.000
Saquito de arroz	1.000
Bolsa de algodón negra	1.000
Botellín de aceite	1.200





7.1 - FERIAS

7.1.1.- Ferias y Certámenes Turísticos nacionales

Feria FITUR (23 - 27 enero, Madrid) - Participación en la XXXIX edición de la Feria Internacional de Turismo, FITUR. Stand de 2.053m² en el que estuvieron como coexpositores las seis marcas turísticas de la CV, así como más de un centenar de empresas, asociaciones y clubs de producto. Stand incluido en el concurso de ferias 2018-19 (expt 03/18).

Feria FITUR LGBTI (23 - 27 enero, Madrid) - 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 36m² de diseño libre incluido en el concurso de ferias 2018-19 (expt 03/18).

Feria FITUR Festivales (23 - 27 enero, Madrid) - Participación en el II certamen de FITUR Festivales dentro del espacio expositivo de FITUR en el pabellón 3 de Ifema. Stand de 36m² de diseño libre incluido también en el concurso de ferias 2018-19 (expt 03/18).

Feria FITUR Empresas (23 - 27 enero, Madrid) - Participación en la zona de empresas del pabellón 10 con un stand de diseño libre de 20m² incluido también el concurso de ferias 2018-19 (expt 03/18).

Feria FITUR Cine (23 - 27 enero, Madrid) - Primera edición de esta sección de FITUR. Ubicada en el pabellón 2 junto a países asiáticos. Se contrataron 2 módulos de 5m² directamente a IFEMA. Participaron las films office de las distintas marcas turísticas y Peñíscola.

Madrid Fusión (28 - 30 enero, Madrid) - Madrid Fusion, es el encuentro gastronómico anual por excelencia, que tiene lugar en Madrid. Durante tres días la capital albergó chefs reconocidos de todo el mundo. Stand de 12 m² incluido en el concurso de ferias 2019-20 (expt TCV04/19).

Feria NAVARTUR (22 - 24 febrero, Pamplona) - Participación en la décimo cuarta edición de la Feria Internacional de Turismo de Navarra, un importante certamen turístico que tiene lugar en el céntrico Palacio de Congresos Baluarte de Pamplona. Stand de 100 m² incluido en el concurso de ferias 2018-19 (expt 03/18). Participación de Patronatos, Benidorm y Federación de campings. Asistencia al II Congreso Internacional Gastronómico, que tuvo lugar el día previo y durante la primera sesión de celebración de la feria.

Feria B-TRAVEL (22 - 24 abril, Barcelona) - El certamen turístico, después de FITUR, más importante de nuestro país. En 2019 celebró su vigésimo octava edición. Tiene lugar en Fira Barcelona, en su sede de Monjuic. La Comunitat Valenciana participó con un stand de 200 m² incluido en el concurso de ferias 2018-19 (expt 03/18). Asistieron como coexpositores Patronatos, Benidorm, Turismo Alicante y la Federación de Campings de la Comunitat Valenciana. Participación en la Campaña on-line B-TRAVEL que tiene lugar durante todo el año con la publicación de propuestas de actividades y excursiones en de sus 5 temáticas: B-DELICIOUS, B-ADVENTURE, B-SPECIAL, B-CULTURE y B-HAPPY.

Feria SEVATUR (29 - 31 marzo, Irún) - XVII edición de la feria de Turismo de San Sebastián que por primera vez se realizó en el recinto ferial de FICOVA de Irún. Stand de 100 m² incluido en el concurso de ferias 2018-19 (expt 03/18). Participación de Patronatos, Benidorm y Federación de Campings.

M & I SPRING (24 - 27 abril, Benidorm) - La edición de primavera de este Foro Europeo de turismo MICE se celebró en Benidorm, con la asistencia de más de 400 operadores, oferta y demanda, de turismo MICE. Turisme CV participó junto con los Convention Bureaux de Alicante, Elche, Costa Blanca, Benidorm, Gandía y Valencia y numerosas empresas de la CV especializadas en MICE. Se trata de una ocasión inmejorable para proyectar la imagen de Benidorm, Costa Blanca y la CV como destino de turismo MICE.

Feria ARATUR (3 - 5 mayo, Zaragoza) - 14ª edición de la feria, que mantiene su ubicación en el Palacio de Congresos. Sus 10 primeras ediciones tuvieron lugar en Feria Zaragoza, situada fuera de la ciudad con peor acceso y comunicación. Stand de 100 m2 incluido en el concurso de ferias 2018-19 (expt 03/18). La Comunitat Valenciana asistió junto a Patronatos, Benidorm, la Federación de Campings de la Comunitat Valenciana y la asociación COCEMFE.

Feria EXPOVACACIONES (10 - 12 mayo, Bilabo) - Tiene lugar en el recinto Bilbao Exhibition Center, BEC, ubicado en el municipio de Barakaldo. 2019 fue su edición número cuarenta. El País Vasco es uno de los principales emisores de turistas a nuestra Comunitat, ocupando 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. Stand de 100 m2 incluido en el concurso de ferias 2018-19 (expt 03/18). Asistencia junto a Patronatos, Benidorm, Turismo Alicante, la Federación de Campings de la Comunitat Valenciana y la asociación COCEMFE.

EUROPE CONGRESS (13 - 15 octubre, València) - Tuvo lugar en el hotel Meliá Valencia, con la colaboración de Visit Valencia y Turisme CV a través del convenio que ambas entidades mantienen. El congreso reunió durante tres días en la capital valenciana a más de 100 operadores MICE de toda Europa. En esta edición participaron los convention bureaux de Alicante, Costa Blanca, Elche, Gandía, València y Benidorm, así como TCV. Durante el mismo los técnicos de TCV asistentes mantuvieron reuniones con unos 30 operadores de turismo de incentivos, congresos, reunioners y eventos.

Mostra de Turisme, 2ª edición (19 - 20 octubre, València) - Se trata de un evento abierto al público en general y de acceso gratuito, donde los asistentes pueden conocer la oferta turística de la Comunitat Valenciana y disfrutar de actividades infantiles, showcooking, degustaciones gastronómicas, catas de vino y aceite, espectáculos, actividades deportivas y mucho más.

Fira TOTS SANTS (1- 3 noviembre, Cocentaina) - Fue declarada "Fiesta de Interés Turístico Nacional" en el año 2012. Este año celebró su 673 edición. La feria tiene lugar en las calles de la localidad. La superficie expositiva este año llegó hasta los 135.935m2 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. La Comunitat reservó cuatro casetas de madera (forma de participación homogénea en la zona de Turismo) y participó junto a Benidorm, Tour&Kids, COCEMFE, Club de Producto Temps y Federación de Campings.

IBTM World (19 - 21 noviembre, Barcelona) - Asistencia con un stand propio adjudicado a la empresa Alaves dentro del expediente de contratación de ferias 2019-2020. Turisme CV participó en este certamen, uno de los mayores del mundo de turismo MICE, con un stand propio por segunda vez. El stand, de 131,5 m2, agrupó a los siete convention bureaux de la CV y a otras 53 empresas y entidades que trabajan en el turismo MICE en la comunidad autónoma. Durante la feria, en el stand se mantuvieron más de 1.300 reuniones.

Feria INTUR (21 - 24 noviembre, Valladolid) - Se celebró en Feria de Valladolid la 21ª edición de esta feria, la Feria Internacional del Turismo de Interior. La Comunitat Valenciana contó allí con un stand de 100m2 junto a Patronatos, Benidorm y la Federación de Campings. Destacó el incremento registrado en las jornadas de Intur Negocios, con un 20% más de profesionales inscritos, tanto compradores como representantes de la oferta.

7.1.2.- Ferias y Certámenes Turísticos celebrados en otros países

VAKANTIEBEURS (9 - 14 enero, Utrecht) - Se trata de la primera feria con la que se abre el año, contemplada en el Plan Operativo aprobado por Turisme CV. 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.

FERIEN MESSE (10 – 13 enero, Viena) - La mayor feria del mercado austriaco, en la que se volvió a participar de nuevo, dada la existencia de nuevas conexiones aéreas directas entre los aeropuertos de Alicante-Elche y Valencia y la ciudad de Viena, capital de uno de los mercados con mayor nivel de renta de la Unión Europea.

REISELIV (11 - 13 de enero, Oslo) - Participación en el certamen noruego con un stand propio de 18 m² en el que se presenta 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/ CV. Contó con la presencia de algunas empresas alicantinas con intereses en el mercado noruego.

MATKA (17 – 20 de enero, Helsinki) - Participación de Turisme CV con un mostrador integrado en el stand español. El mostrador registró la asistencia de un responsable de Visit Benidorm. Matka es el punto de encuentro de los representantes del sector turístico de Finlandia y además es cita obligada para los profesionales de los Países Bálticos. La edición de 2019 agrupó la oferta de unos 1.000 expositores procedentes de más de 80 países y registró una afluencia cercana a las 70.000 personas.



Feria HOLIDAY WORLD (25 - 27 enero, Dublín) - Participación en el certamen turístico más importante que se celebra en Irlanda. Tomamos parte con un total de 3 mostradores de Comunitat Valenciana (Castellón, Benidorm y AVT) dentro del stand de Turespaña. Asistió también el representante del hotel Cap Negret (Altea).

SALON DES VACANCES (7 - 10 febrero, Bruselas): Es el más importante escaparate vacacional de Bélgica. Se dirige tanto al público profesional como al general.

PARMA GOLF SHOW (17 – 19 febrero, Parma) - 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 asiste junto con la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca y Comunitat Valenciana.

F.R.E.E München (20 - 24 de febrero, Munich) - Feria generalista, se asiste en el stand de Turespaña. 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 2019 de la feria de turismo de Munich contó con más de 1.200 expositores procedentes de 65 países diferentes y se posicionó como la segunda feria alemana de turismo de público final, con más de 135.000 visitantes, por detrás de la de Stuttgart. La marca turística participante fue Costa Blanca.

ITB (6 – 10 marzo, Berlín) - 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. Nuestra participación durante esta edición, 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. Visitaron el mismo el Presidente de la Generalitat y el Secretario Autonómico de Turismo con un programa de reuniones y visitas.

ITB PINK CORNER (6 – 10 marzo, Berlín) - 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 nosotros atendiendo el mostrador y se realizó una presentación de destino.

MITT (12 – 14 de marzo, Moscú) - 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: València Turisme, Benidorm, Costa Blanca (2) y Turisme CV ocuparon este espacio. Se registró la presencia de empresas de la Comunitat Valenciana con intereses en el mercado ruso.

ROUTES EUROPE (8 - 10 de abril, Hannover) - Participación en el certamen de conectividad aérea de ámbito europeo Routes Europe con stand propio, en dicho stand también participan Costa Blanca, Fly Valencia y el Aeropuerto de Castellón. Durante la feria se mantuvieron reuniones con diversas aerolíneas y operadores aéreos de toda Europa y del Mediterráneo. Stand de 25 m² incluido en el concurso de ferias 2018-19 (expt 03/18).



ITB CHINA SHANGHAI (15 – 17 mayo, Shanghai) - Participación por vez primera en este certamen, uno de los mayores de Asia, dentro del stand de Turespaña, que agrupa la oferta turística española. Durante la feria se mantuvieron reuniones y presentaciones a operadores turísticos de la R.P.China.

IMEX (21 - 23 de mayo, Frankfurt) – Turisme CV participó con un espacio singular dentro del stand de Turespaña, compuesto por 6 mesas de trabajo, con sus respectivas agendas. El espacio de la CV agrupó a un total de 22 entidades y empresas del sector MICE, entre éstas los Convention Bureaux de Alicante, Benidorm, Costa Blanca, Elche y València. Durante la feria se mantuvieron reuniones con diferentes operadores MICE y se realizaron diversas presentaciones a operadores.

EUROPRIDE (12 – 15 de junio, Viena) - Participación de Turisme CV con un mostrador dentro del stand español (9m²) en el Village del Europride de Viena ubicado en la Plaza del Ayuntamiento de la capital austríaca. Además, como expositores se encontraban Ibiza y la Oficina Española de Turismo en Viena. Este evento itinerante supone el mayor acontecimiento a nivel europeo dentro del segmento LGBT y una posibilidad única de consolidar a la CV como destino LGBT friendly internacionalmente.

SCANDINAVIAN INVITATION 2019 (22 – 25 agosto, Gotemburgo) - Participación en el torneo de golf Scandinavian Invitation, que es el más importante que tiene lugar en Suecia y se enmarca dentro del circuito European Tour. Dispusimos de un espacio propio, una carpa de 3x3 m dentro del Village del torneo en que estuvieron presentes representantes de la Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca y Comunitat Valenciana, Meliá Villaitana, grupo Quara, Marriott La Sella y Hotel La Laguna.

KLM OPEN GOLF (12 - 15 septiembre, Amsterdam) - Participación el KLM Open, el más importante torneo de golf que tiene lugar en Holanda a nivel profesional y que forma parte del European Tour. Turisme CV estuvo presente con dos mostradores dentro del espacio de Turespaña en la zona del Village. Asistieron representantes de la Asociación de Campos de Golf de Costa Blanca y Comunitat Valenciana, grupo Quara y Meliá Villaitana.

Feria IFTM – TOP RESA (1 - 4 octubre, París) - Participación en la feria profesional IFTM – TOP RESA, considerada como la más importante del país vecino. Se trata de una feria multisectorial que cubre todo tipo de viajes: ocio, negocios, MICE y grupos; y que como cada año se celebra en el Parque de Exposiciones Puerta de Versalles de la capital francesa.

Feria FIT AMÉRICA LATINA (5 – 8 de octubre, Buenos Aires) – Turisme CV participó por primera vez con un mostrador propio dentro del stand de Turespaña en este certamen turístico. El mayor de Argentina y uno de los mayores de Latinoamérica. Al certamen asistió además de TCV, la entidad de promoción de la ciudad de València, visit València.



IGTM (14 – 17 octubre, Marrakesh) - 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. Tomamos parte con un espacio de 2x2 m en el que atendimos a las citas concertadas con anterioridad. Además, las empresas expositoras de Comunitat Valenciana, estuvieron ubicadas en espacios contiguos, de forma que Turisme CV se hizo cargo de la decoración para ofrecer así una imagen de destino conjunta. Este año, Turismo Valencia y la Asociación de Campos de Golf de la Comunitat Valenciana, nos acompañaron en el espacio y en las citas mantenidas. El resto de expositores valencianos fueron: Patronato Turismo Castellón (representados por Club de Campo Mediterráneo), Oliva Nova Beach & Golf Resort, La Galiana golf, Denia Marriott La Sella, Meliá Villaitana, Bonalba Golf Resort & Hotel, Font del Llop Golf, La Finca Resort y Las Colinas Golf & Country Club, Vistabella golf.

WORLD TRAVEL SHOW (18 – 20 octubre, Nadarzyn, Varsovia) - La cuarta edición de World Travel Show tuvo lugar en el Centro de ferias y congresos de Ptak Warsaw Expo, ubicada en Nadarzyn, cerca de Varsovia (es el centro de convenciones más grande de la zona). Es una feria dirigida a público final. El stand modular de 3 x 4 m2 compartido con Benidorm. La feria se completó con un Festival de cultura asiática, una zona dedicada al turismo de salud (Spa).

WORLD TRAVEL MARKET (4 - 6 noviembre, Londres) - Participación con un espacio stand propio de 287 m2 en el que estuvieron representadas las 6 marcas de nuestra región y 42 empresas inscritas como coexpositoras de Turisme CV. Con un stand diseño de la empresa Alavés, adjudicataria del expediente de contratación de stands para ferias 2019/2020. El certamen contó con la visita del President de la Comunitat Valenciana, el Secretario Autonómico de Turismo, y el Director General de Turismo, manteniéndose encuentros con medios y operadores turísticos, como Euronews, Andrew Threlfall (Daily Mail, Reuters, Riddle), Business Traveller, Selling Travel, Alex James (The Guardian, The Sunday Times Travel Magazine, Men's Health), Lastminute.com; así como con Mark Tanzer, presidente de ABTA, con quien se trató el tema de la candidatura de Benidorm como sede de la Conferencia Anual 2021, con el responsable de la Oficina Española de Turismo en Londres para tratar el POA 2020, Peter Walton, presidente de IAGTO. En el stand se contó también con un mostrador en el que se ofreció degustación de productos valencianos, vinos y otros.

International Luxury Travel Market, (2 - 5 de diciembre, Cannes) - El mayor certamen del producto Premium en Europa, en el que Turisme CVCVCV participó con dos mesas y sus respectivas agendas junto con Visit València, Visit Benidorm y la Asociación Empresarial València Premium. Durante la feria se mantuvieron por parte de los asistentes unas 90 reuniones con operadores especializados en este producto procedentes de todo el mundo.

7.2.- WORKSHOPS, JORNADAS INVERSAS Y PRESENTACIONES

7.2.1.- Mercado NACIONAL

Jornada EVENTOPLUS (4 julio, Madrid)

La jornada Eventoplus reúne a unos 800 participantes de más de 300 operadores y medios especializados en MICE de toda España. En esta ocasión, Turisme CV colaboró, junto con Visit València en la organización del evento, con un puesto de información a la entrada del mismo, proyección de videos promocionales y presencia institucional en la entrega de los premios MICE.

7.2.2.- Mercado INTERNACIONAL

CHINA

Jornadas directas – Cantón, Shangái, Pekín (31 marzo - 4 abril): Turisme CV participó en las Jornadas Directas en el mercado chino, que Turespaña organizó en las ciudades de Guangzhou, Shanghai y Beijing del 31 de marzo al 4 de abril. Durante las mismas se mantuvieron reuniones con más de 40 operadores chinos que ya trabajan en el mercado español o interesados en hacerlo.

Visita institucional en Beijing y provincia de Gansú (30 julio – 2 agosto) - Presidencia de la Generalitat delegó en Turisme la participación en esta visita institucional que incluyó visitas a diversos operadores turísticos de la capital china, Beijing, así como la continuación de visitas previas a la provincia de Gansú para participar en el Congreso Internacional de Turismo de esta provincia china.

PORTUGAL

Presentación de destino en Lisboa (9 mayo) - Presentación de la Comunitat Valenciana en Lisboa en colaboración con el Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana y acompañados del sector empresarial para la realización de un workshop que promoviera el contacto directo con los principales agentes del sector portugués. El objetivo era dar a conocer la oferta turística de la Comunitat Valenciana y descubrir ante un grupo de turoperadores, empresarios turísticos y medios de comunicación, los principales atractivos de la CV, poniendo en valor nuestro patrimonio natural, cultural, monumental y artístico, gastronómico, deportivo y de ocio con el claro objetivo de atraer el turismo portugués.

Presentación destino CV en Cascais (25 octubre) - Turisme CV y la Federación Empresarial de Hostelería de Valencia (CONHOSTUR) con el apoyo de la Oficina Española de Turismo de Portugal, realizaron en Cascais un evento exclusivo que permitió a prensa, agentes y turoperadores conocer tanto la oferta turística y experiencial de la Comunitat Valenciana, como descubrir nuestra gastronomía de la mano del Chef Manuel Alonso (Restaurante Casa Manolo), reconocido con 1 estrella Michelin. Al evento asistieron más de 70 invitados, entre los/las que se encontraban agentes del sector, turoperadores y diversos medios que dieron cobertura al evento.

MULTIMERCADO

Costa Blanca Valencia Region Trophy (10 – 13) - Acción que reunió en Valencia a 26 turoperadores europeos especializados en golf. La acción consistió en un torneo de golf matinal y una jornada de workshop en la que los turoperadores se encontraron con el sector (campos de golf, hoteles, empresas de transportes). Se completó con ceremonia de bienvenida, entrega de premios y visitas guiadas a La Albufera, con paseo en barcas de vela latina, y visita cultural a la ciudad. La asociación de campos de golf de la Costa Blanca y Comunitat Valenciana organizó el evento, cuyos gastos sufragará con la subvención que tiene concedida por parte de Turisme CV.



Foro de Aviación Regional, AviaDev Europe (23 – 25 octubre) - La ciudad de València acogió por segundo año consecutivo este **Foro** que tuvo lugar en la Ciutat de les Arts i les Ciències, entre el Palau de les Arts y el Museo Príncipe Felipe. TURISME CV colaboró en la organización del foro asumiendo parte de los costes de alojamiento, traslados de los participantes y coordinación de actividades con Castellón y València.

REPÚBLICA CHECA

Congreso de TTOO ACCKA (21 – 24 octubre) - Participación en la organización del Congreso de la Asociación ACCKA de TTOO y agentes de viajes de la república checa, en colaboración con la oficina española de Turismo de Viena (de quien depende este mercado) y Turismo Valencia. Actividad que se celebró en la ciudad de València y que congregó más de 90 agentes turísticos procedentes de dicho mercado. Se trata de una acción incluida en el Plan Operativo Anual, en colaboración con Turespaña. Se considera una actuación de interés por tratarse una oportunidad de mostrar la oferta turística de la Comunitat Valenciana a los agentes de viaje y medios de comunicación que acompañarán la delegación procedente de la República Checa, siendo éste un mercado que cuenta con buena conectividad aérea con la Comunitat Valenciana.

ISLANDIA

Encuentro TTOO y medios (20 noviembre) - Asistencia al encuentro con el sector turístico islandés en Reikiavik. El acto tuvo formato de work-shop. Esta acción se enmarca dentro del Plan Operativo anual de Turespaña y está organizado por la OET de Oslo. La oferta de la Comunitat Valenciana, sobre todo Costa Blanca y Benidorm, está presente en la práctica totalidad de operadores islandeses y representa uno de sus destinos vacacionales más populares. El Aeropuerto de Alicante-Elche, mediante la compañía Norwegian dispone de una conexión directa con Reykjavik.

IRLANDA

Presentación gastronómica CONHOSTUR en Dublín – (25 – 26 noviembre) – cancelado. Esta acción la solicitó CONHOSTUR en noviembre, pero tuvo que ser cancelada ante la imposibilidad de afrontarla con garantías de éxito dado el poco tiempo disponible para la organización de la misma.

REINO UNIDO

Presentación destino CV en Londres - Consejo Cámaras Comercio (3 diciembre) - Actividad incluida dentro del convenio con el Consejo de Cámaras de Comercio para la que se contó con la colaboración de la Oficina Española de Turismo en Londres para la convocatoria de medios y profesionales del sector. La empresa de relaciones públicas PR Mediaco, contratada para actividades entre los meses de octubre y diciembre, también se encargó en coordinación con la OET, de la convocatoria. El evento contó con la asistencia del Presidente de la Comunitat Valenciana, el Secretario Autonómico de Turismo, el Director General de Turismo, el Presidente de Consejo Cámaras, así como el Director de la Oficina Española de Turismo en Londres.



El Consejo de Cámaras celebró un almuerzo al que asistieron los miembros de Cámaras y destacados empresarios de empresas españolas en Londres. Por la tarde se presentó el destino Comunitat Valenciana, acto al que asistieron medios de comunicación británicos, agentes, turoperadores y profesionales del sector turístico de Reino Unido. Primero se celebró un workshop, se dio paso a las intervenciones y videos promocionales y finalmente se ofreció una degustación de un cóctel diseñado y servido por Arros QD (restaurante de Quique Dacosta en Londres). Asistieron más de 70 operadores y medios turísticos británicos.

FRANCIA

Presentación destino CV en Marsella - Consejo Cámaras Comercio (11 – 12 diciembre) - Turisme CV presentó la oferta turística y gastronómica de la CV en Marsella con motivo de la apertura en 2020 de una nueva conexión directa entre el aeropuerto de Castellón y la ciudad francesa. La presentación congregó en el Sky Center La Marseillaise a cerca de 50 representantes de agencias, medios de comunicación, del Aeropuerto de Marsella y la Oficina Española de Turismo en París. Además, se realizó un workshop en el que 15 empresas turísticas de Castellón mantuvieron reuniones comerciales con agencias francesas. La presentación finalizó con una degustación gastronómica de productos típicos valencianos.

HOLANDA

Día mundial de la tapa en La Haya, (27 junio) - De la mano de la Oficina Española de Turismo de La Haya, y bajo el lema Día Mundial de la Tapa, la Comunitat Valenciana en colaboración con CONHOSTUR y en base al convenio suscrito entre ambas entidades, aprovechó para aunar gastronomía y turismo realizando una presentación de la Comunitat Valenciana en Holanda acompañada por demostraciones gastronómicas de la mano de varios chefs de la Comunitat con estrella Michelin. El objetivo de la acción fue crear un evento con carácter internacional en el mercado holandés que sirviera para comunicar a agentes turísticos y medios de comunicación la potencialidad del turismo y la gastronomía de la CV, por ende, reforzar el reconocimiento de la marca destino Comunitat Valenciana.

7.3.- VIAJES DE PRENSA Y FAMILIARIZACIÓN

7.3.1.- Mercado NACIONAL

Press Trip Certamen Internacional Alicante Ciudad del Arroz (31 mayo-3 junio, 3-6 junio, 12-13 junio): Realización de un viaje de prensa destinado a la promoción del turismo en el segmento gastronómico, con motivo del I Certamen Internacional Alicante Ciudad del Arroz. El objetivo de este viaje fue dar a conocer la oferta turística de la Comunitat Valenciana concentrándose en la gastronomía, la cultura y la tradición y poner en valor nuestra cultura del arroz. Se organizaron tres viajes de prensa para reporteros que trabajan en medios especializados en gastronomía: The Travellers, 7 Canívaes y El Comidista. El itinerario incluyó visitas y degustaciones en restaurantes.

7.3.2.- Mercado INTERNACIONAL

REINO UNIDO

Press trip exposición de Sorolla en Londres (6 - 7 febrero): Viaje de prensa al que asistieron 8 periodistas de medios escritos británicos. La acción se planteó con motivo de la exposición dedicada a Sorolla que realizó en la National Gallery de Londres entre el 18 de marzo y el 7 de julio. El viaje contó con la asistencia de la comisaria de la exposición. Los periodistas hicieron una visita cultural a la ciudad de Valencia intentando enlazarlas con la figura y obra del pintor, El Cabañal y la Malvarrosa, Fundación Bancaja, museo de Blasco Ibáñez, museo de Bellas Artes. La organización de esta acción contó con la participación de Turismo Valencia.

Press trip periodista gastronómico – The Independent (11 - 15 febrero): Organización de viaje de prensa británica especializada en la cultura gastronómica. El periodista especializado en turismo gastronómico, Philip Sweeney (The Independent) vino para conocer de primera mano la oferta turística y gastronómica de la región y recabar material para escribir varios artículos y actuar como prescriptor, permitiendo posicionar nuestra oferta en el mercado británico.

Press trip periodista The Mail on Sunday (16 - 18 abril): Viaje del periodista Matthew Hirtes a la provincial de Castellón. Durante la estancia, visitó varios Parques Naturales, realizó alguna ruta senderista y paseos en bicicleta en los municipios de Peñíscola, Benicassim y Vall d'Uixó. Esta acción contó con la participación de Patronato Provincial de Turismo de Castellón.

Fam trip TTOO UK Cosmopolita junto con Turismo València (17 - 20 octubre): Viaje de familiarización de turoperadores de Reino Unido especializados en viajes culturales, lujo, a medida... El programa incluyó visitas a diversos hoteles de la ciudad, instalaciones de CAC, Palau de les Arts, visita en bicicleta, shopping tour, restaurante Riff, La Albufera. Solicitado y organizado por Turismo Valencia.

Fam trip turismo de naturaleza (18 - 21 noviembre): Este viaje de prensa formaba parte del POA 2020 solicitado por Turismo Valencia para el mercado británico. Contó con la participación de Real Roads, Cycle Breaks, Naturetrek y Bike Adventurers, que además de conocer la ciudad de Valencia, visitaron la Albufera, Parque Natural de la Calderona e hicieron una ruta en bicicleta en el parque del Turia.

DINAMARCA

Press trip medio danés (4 - 8 mayo): Viaje de prensa de la periodista Linda Danielsen, periodista freelance que preparaba un artículo para la sección de viajes del diario Jyllands-Posten de ámbito nacional. Dada la relevancia del medio, la publicación de este artículo supuso una importante promoción de la oferta turística de Valencia, comarca Utiel-Requena y Dénia en el mercado danés.

Press trip golf Helsingor Dagblad (19 - 22 octubre): Los periodistas Bent Stenderup y Helene Boesen de la publicación especializada en golf Helsingor Dagblad, visitaron la ciudad de Valencia. En su visita tuvieron la oportunidad de jugar y conocer los campos de El Bosque, Foessos y El Saler.

BIELORRUSIA

Fam trip TO ROSTING (14 - 21 mayo): Viaje de familiarización de del Tour Operador *ROSTING*, uno de los principales operadores en Bielorrusia. El grupo de 16 agentes visitó diferentes localidades de la Costa Blanca incluyendo su planta hotelera. Este tipo de viajes resulta fundamental para que los agentes conozcan de primera mano la oferta turística de los destinos y con ello se puedan incrementar las ventas.

FINLANDIA

Blog trip medio especializado (Palmuasema) en turismo accesible (15 - 20 mayo): Viaje de prensa de la Sra. Sanna Kalmari, responsable del blog *Palmuasema*, referente en materia de viajes para la CV finlandesa de personas con movilidad reducida. La Sra. Kalmari se desplaza en silla de ruedas y viaja en compañía de una asistente. El apoyo a este viaje favorece la promoción de nuestra oferta de turismo accesible en el mercado finlandés a través de su blog.

FRANCIA

Press trip Guía Routard, (26 junio - 7 julio): Viaje de prensa propuesto por la OET de París. Un periodista especializado de Routard tuvo la oportunidad de conocer la oferta turística de la Comunitat Valenciana a través de un itinerario por Peñíscola, Morella, Chulilla, Xàtiva, Elche, Alicante y Dénia, entre otros lugares. Las guías Routard incluyen datos y consejos "útiles" sobre el destino, además de una selección de alojamientos, restaurantes y propuestas para diferentes perfiles de turista. La colaboración de Turisme CV con Routard permitió a la Comunitat Valenciana llegar a los países francófonos con información puesta al día sobre su oferta turística. Se trata de una buena oportunidad para mejorar, y a la vez consolidar, el posicionamiento de la Comunitat Valenciana en el mercado francés, teniendo en cuenta que Francia es el segundo mayor mercado emisor de turistas internacionales hacia la CV.

BULGARIA

Press trip TV nacional BU chef famoso (9 - 12 julio): Viaje de prensa del popular chef búlgaro Petar Bachvarov y su equipo para grabar imágenes para su programa de TV. El chef viajó con su equipo y visitó diferentes emplazamientos en Valencia, Peñíscola, Alicante y la Isla de Tabarca.

MULTIMERCADO

Press trip Moros y cristianos - Villena (5 - 9 septiembre): Viaje de prensa en el que periodistas de Holanda, Bélgica y Alemania se desplazaron para conocer de primera mano esta festividad tan reconocida y la oferta cultural de este municipio, para luego actuar como prescriptores.

Press trip gastronómico FEMME - Elx (17 - 19 septiembre): Con este viaje de prensa dio a conocer el segmento del turismo gastronómico a través de un grupo de destacados periodistas, tanto nacionales como internacionales, que actuarán como prescriptores de la Comunitat Valenciana. Todo ello de la mano de Susi Díaz, una chef de reconocido. Para mostrar la oferta turística de la Comunitat Valenciana se eligió Elche, asociando así la promoción gastronómica, a la riqueza de la oferta cultural y paisajística de Elche (que cuenta en su haber 2 Patrimonios Mundiales de la UNESCO

y 1 museo- Museo Escolar de Pusol- incluido en el Registro de Prácticas Ejemplares por el Comité para la Salvaguarda del Patrimonio Inmaterial de la UNESCO).

Fam trip TTOO ciclismo junto con Turismo València (8 - 11 octubre): Viaje de familiarización multimercado para operadores especializados en ciclismo organizado por Turismo Valencia y participación de las OETs de Londres, Milán, Munich y Zurich. El viaje incluyó visitas a la ciudad de Valencia y rutas en bicicleta con la participación del exciclista profesional Claudio Chiappucci.

AUSTRIA

Press trip programa radio TO austríaco (17 - 21 septiembre): Viaje de prensa a la Costa Blanca de la radio ORF realizado en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Viena.

RUSIA

Fam trip TO - Good time (15 - 22 octubre): El TO GOOD TIME es uno de los principales operadores rusos. El grupo de 12 agentes visitó diferentes localidades de la Costa Blanca incluyendo su planta hotelera. Este tipo de viajes resulta fundamental para que los agentes conozcan de primera mano nuestra oferta turística y ello pueda incrementar sus ventas. La Comunitat Valenciana es el segundo destino nacional más popular en el mercado ruso.

NORUEGA

Press trip turismo urbano y de interior CV (6 - 10 noviembre): Viaje de prensa turismo urbano y de interior en la Comunitat Valenciana. Esta acción se enmarca dentro del Plan Operativo anual de Turespaña y está coordinado por la OET de Oslo. Se recibió la visita de 3 periodistas noruegos a diferentes destinos de las provincias de València y Alicante con el fin de dar a conocer en el mercado noruego, parte de la oferta urbana y de interior de nuestra región.

INDIA

Fam trip Wedding Planners (10 - 14 noviembre): Esta acción, en la que participan dos agentes indios, se enmarca dentro del Plan Operativo anual de Turespaña y está coordinada por la OET de Bombay. Los agentes visitaron, además de la oferta turística de València y Benidorm, los emplazamientos susceptibles de albergar celebraciones de boda de sus áreas de influencia. Habitualmente, los grupos participantes en este tipo de eventos son numerosos y tienen un nivel de gasto muy elevado.

7.4. OTRAS ACCIONES

Acciones off line

IRLANDA DEL NORTE - Colaboración con OASIS TRAVEL (2 abril): El turoperador OASIS Travel, colabora con la productora de la serie de TV "Bendiorm" que es llevada a los escenarios teatrales. Para su estreno en Belfast, el turoperador patrocinó un evento para prensa, para el que nos solicitó colaboración con material promocional (bolsas, folletos, merchandising...) Además se proporcionó texto, información e imágenes para la difusión del destino Benidorm en sus notas de prensa y redes sociales. Colaboró también Visit Benidorm.

Acciones on line

BÉLGICA - Semana de la CV en Facebook (6 - 12 junio): Consistente en tematizar la página de Facebook de la OET de Bélgica con información de los destinos y productos turísticos de la Comunitat Valenciana, mediante 14 post de contenidos diversos.

PORTUGAL - Semana de la CV en Facebook (16 - 20 septiembre): Consistente en tematizar la página de Facebook de la OET de Portugal con información de los destinos y productos turísticos de la Comunitat Valenciana, mediante 5 post de contenidos diversos.

Acciones público final

RUSIA - Asistencia a presentación mercado ruso por TO Anex tour en Mallorca (31 de marzo): Visita a Mallorca para asistir a una presentación sobre el mercado ruso a cargo de responsables del TO ruso Anex tour. En la misma se trataron los siguientes aspectos:

- Relevancia del mercado emisor ruso en base al número y a la calidad de su turismo
- El potencial de crecimiento de Mallorca como destino para el mercado ruso
- Importancia de Anex Tour dentro del marco de los principales TTOO rusos

BULGARIA - Acción torneo golf (12 octubre): Turisme CV participó con la Oficina de Turismo de España en Viena en el torneo que organizó el turoperador Bulgarian Golf Tours para sus mejores clientes a las afueras de Sofía. Tanto Turisme CV como Turismo Valencia, ofreció material promocional que se repartió entre los participantes en el torneo.

HOLANDA - Día de España en Utrecht, (22 junio): Se trata de una acción aprobada en el Plan Operativo de 2019 por parte de Turisme CV. Con motivo de la celebración del Día de España en Utrecht (Holanda), organizado por la Consejería Española de Turismo en La Haya, Turisme CV participó mediante la realización de varios showcookings de paella valenciana.

Cruceros

Castellón Cruise Street Assistants (Castellón, 17 mayo) - Contratación de 9 asistentes para facilitar información útil y dar apoyo en las necesidades de los cruceristas del buque Crystal Esprit (Crystal Cruises) en su escala en Castellón.

Castellón Cruise Street Assistants (Castellón, 14 junio) - Contratación de 10 asistentes para facilitar información útil y dar apoyo en las necesidades de los cruceristas del buque Sirena (Oceania Cruises) en su escala en Castellón.

Castellón Cruise Street Assistants – (Castellón, 8 julio, 26 de agosto y 7 de octubre) - Contratación de 10 asistentes para facilitar información útil y dar apoyo en las necesidades de los cruceristas del buque Sirena (Oceania Cruises) en su escala en Castellón.

Producto LGBTQ+

PRIDE! BCN, Barcelona (28 - 29 junio): Participación de Turisme CV en el Village del Pride de Barcelona con un stand de 9 m2 en el que mostró su oferta turística desde la perspectiva de destino acogedor para el visitante LGBT. El Pride de Barcelona registró la asistencia global de más de 380.000 personas, lo que lo convierte en uno de los principales escaparates dentro del segmento LGBT.

Día del orgullo, Valencia (29 junio): Participación de Turisme CV en el desfile con una carroza. En el desfile de este año se registró la participación de 21 carrozas, duplicando el número de vehículos del pasado año, con lo que el desfile del Orgullo de Valencia se consolida dentro del calendario LGBT.

Día del orgullo, Madrid (6 julio): Participación de Turisme CV en el desfile con la carroza utilizada para el desfile de Valencia. Este es el acontecimiento nacional más multitudinario dentro del segmento LGBT. Siendo el único destino turístico, junto con Canarias, que participa en la celebración, este evento refuerza el posicionamiento de la Comunitat Valenciana como destino LGBT friendly.



8.1. REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS Y ACTUACIONES DE PUBLICIDAD

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

El portal turístico, las redes sociales, la movilidad y el uso de formatos multimedia, fomentan e incrementan el compromiso y fidelización con la marca Comunitat Valenciana. A esto hay que añadir la publicidad a través de campañas de comunicación, con una difusión a través de una combinación de medios, acciones *branded content* o inserciones directas en medios de comunicación.

Asimismo, se vertebra a través de la colaboración con diversas entidades ciertas actuaciones de marketing turístico para aunar los esfuerzos de todos, a través de convenios nominativos para la mejora de la imagen y la competitividad de la Comunitat Valenciana.

8.1.1. Campaña de publicidad autonómica, nacional e internacional 2018-2019

Durante el año 2019 se ha gestionado la parte final de la campaña de publicidad autonómica, nacional e internacional, desde el 1 de enero de 2019 hasta el 16 de mayo de 2019; tras la prórroga de dicho expediente por un año, la campaña estuvo vigente el resto de 2019 con las mismas características.

Campaña de publicidad autonómica y nacional

Durante el año 2019 las actuaciones se estructuraron en base a dos periodos: el primero, desestacionalización (enero-marzo), semana santa (abril), prevacacional y vacacional (junio-agosto); el segundo, desde septiembre a diciembre de desestacionalización.

El planteamiento táctico comprendió actuaciones en televisión, radio, prensa y revistas, online, exterior y cine, teniendo en cuenta la estrategia de productos de Turisme CV y los mercados nacionales de interés, conjugando los soportes publicitarios de Mediterráneo en Vivo y la colaboración en materia de contenidos.

La campaña de publicidad autonómica y nacional, con datos del estudio de notoriedad realizado en diciembre de 2019, obtuvo un impacto del 71% y una valoración de 7'9 por encima de benchmark (6,9). El medio en el que más se recuerda la campaña continúa es la televisión (97%).



GOURMET

PÓNGAME QUESO Y VINO

Por LAURA GISBERT

Una copa de amontillado u oloroso en la armonía perfecta para potenciar Flor de Esgueva Viejo en el aperitivo. Pero este queso de leche cruda de oveja madurado durante más de siete meses también marida con un blanco fermentado en barrica o con crianza por susaromas licitos y torrefactos. Y la combinación clásica, un tinto crianza o reserva, probablemente de la Ribera del Duero en honor a la tierra de este queso, presenta el perfecto final a una comida o picoteo a deshora en las reuniones navideñas.

Con una textura mantecosa en boca a pesar de su larga maduración en corteza natural, las notas aromáticas al degustarlo despiertan su lado más dulce y personal: se perciben cereales y, como no podía ser de otra manera, la leche 100% cruda de oveja recubierta por una característica corteza natural untada en aceite de oliva.

Elaborado de forma artesanal en Peñafiel, en la provincia de Valladolid, basta acompañarlo con un pan ligeramente tostado o picos. Aunque, como sugerencia, los frutos secos tostados como avellanas o nueces contrastan con su intensidad, y con membrillo artesano o confitura de higo se antoja un postre diferente en su menú festivo. También puede incluirlo en ensaladas.

Para conservarlo, otro consejo tenga en cuenta que es un producto vivo y es preferible consumirlo a la menor brevedad posible para no perder sus propiedades organolépticas. En el caso de esta marca originaria de la comarca de Páramos del Esgueva, de donde toma su nombre, la temperatura ideal para refrigerarlo es de 2 a 6 grados, atemperándolo al menos 15 minutos antes de tomarlo para un mayor deleite de sus invitados. Precio: 15,15 euros / kg. €

Más información: flordesgueva.es



L'EXQUISIT mediterrani

Si a nuestra apreciada cocina tradicional, le añadimos la creatividad que brota en esta tierra, el resultado rebasa la gastronomía. Descubre una nueva cocina que emerge desde los fogones de varios de los restaurantes más vanguardistas del Mediterráneo.

#gastronomíaviva
#mediterráneovivo

27 ESTRELLAS MICHELIN, Y SUBIENDO...

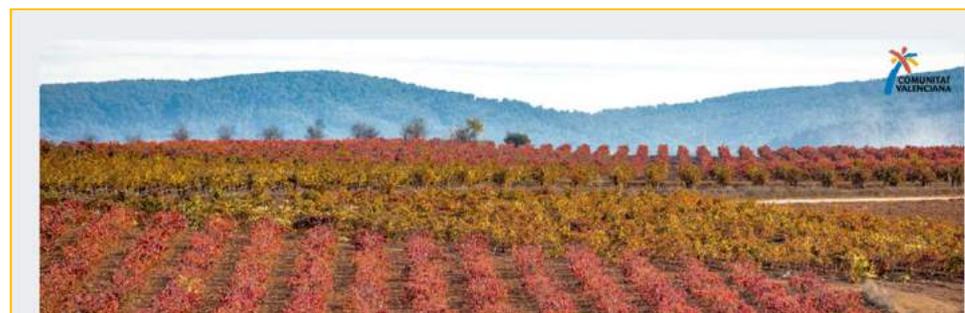
Mediterráneo EN VIVO



GENERALITAT VALENCIANA

COMUNITAT VALENCIANA





de Aljanda, a la que dedican una a sus hectáreas de cultivo, elaboran auténticas joyas enológicas.

Al adentrarnos en el interior de la provincia de Sagunto a las tierras fronterizas de la D.O.P. Utiel-Requena, privilegiada enclave estratégico de gran belleza. La Bona del Vino de Utiel Requena concede a una vinicultura la ocasión de observar el lugar más antiguo de Sagunto (siglo III dC), atravesar elevadas cuestas, pasar por el Parque Natural de las Hoces del Cabriel –conce de cascadas entre Lerante y La Manera- y el de Ceres, así que disfruten por su grandiosidad, y también rumbo hacia los yacimientos del Molino, Rellín o Las Píllas. En Requena, las Cuevas de la Villa son una parada imprescindible: lavaderos subterráneos que han sido usados como bodega, refugio, almacén, y incluso escuela. En este región vinícola, los molinos y los tintos forman la marca de la original Ribot, aunque los casus también han adaptado muchisimo pragmatismos en los últimos años. Las decenas de bodegas que forman parte de la Bona ofrecen cava y maridaje, la oportunidad de participar en la vendimia y hasta de probar sus vinos en glorio.

Entre las atractivas de la arena se encuen la placida Torres de Albufera, una muestra de la arquitectura valenciana (así la denominan algunos) cubierta de vidrios, con las sierras Gema y de Figuera de fondo. Molinos, La Fosa de la Figuera y Fontanar de Albufera conforman un tríptico paisajístico de gran valor agropaisajístico y medioambiental en Molinos si crecieran

el poblado litor de la Hondonada de Alcañon, casa de numerosas decantaciones arqueológicas, como el Guarnido de Molinos. Además, ofrece una impresionante panorámica desde el cerro. En la alta de la Sierra del Bosque también se puede observar la Torre de Calles, con su espectacular diseño defensivo. Y, por supuesto, probar los vinos de las uvas bodegas que forman la Asociación Torres de Albufera, muchos de ellos elaborados con variedades de un excepcional.

Mediterráneo comestible

Los platos para acompañar los vinos valencianos son variados en la sabrosa gastronomía de la zona. En su excepcional receptivo tradicional hay platos tan sencillos como el arroz al horno, las chubascas de vapor o el caldero de ajo, el arroz a banda, la olla, las brisetas de calabaza, la fideuá de Gandia, las paellas refritas de arroz, el paella valenciana, la crema murciana, el arroz... ¿en la inimitable paella valenciana?

Para además de su famoso arroz, Valencia cuenta con otros productos de gran calidad, como los Kalós de la Ribera del Xúquer, el Azúcar de Olla de la Comunitat Valenciana, la Chufa (también es una D.O.P.) o los Cirrons (con I.G.P.).

Valencia es rica en patrimonio histórico y cultural, en paisajes bellos y cambiantes, en nuestros mediterráneos, en vinos únicos que hacen de un territorio legítimo que puede decirse que es www.comunitatvalenciana.com



PÁGINAS ESPECIALES

COMUNITAT VALENCIANA

ARES DEL MAESTRE

LA ATALAYA DE CASTELLÓN. VISITAMOS ESTE PUEBLO CASTELLONENSE QUE OFRECE UNAS ESPECTACULARES VISTAS DE LA COMARCA DE L'ALT MAESTRAT. DESCUBRIMOS QUE CUENTA, ADEMÁS, CON UN LEGADO PATRIMONIAL QUE SE REMONTA A TIEMPOS PREHISTÓRICOS Y CON UN ENTORNO NATURAL QUE ES TESTIGO DE LOS MODOS DE VIDA DE SU RICO PASADO.





Este pequeño pueblo de poco más de 300 habitantes es uno de los más fotografiados de la Comunitat Valenciana. Parte de ese mérito se debe a su privilegiada ubicación a 1.190 metros de altura, que lo convierte en un excelente mirador. Pero ese no es su único atractivo. Empezamos nuestra visita en la Plaza Mayor, el punto de partida de todos los caminos en Ares del Mestre. Allí nos da la bienvenida el magnífico edificio del Ayuntamiento, construido en estilo gótico sobre las viejas murallas árabes del siglo X, y que conserva una interesante sala capítular usada por los templarios. Muy cerca, pasando por la arcada medieval del Perse (antigua lonja con arcos gótico-mudéjares del siglo XIII), se alcanza la Iglesia Parroquial de la Asunción. Fue construida en el siglo XVIII

Iniciamos luego el ascenso al viejo Castillo de Ares. Aunque no son muchos los vestigios que quedan, su visita es imprescindible porque en él se superponen estructuras de épocas diferentes, lo que da fe de la importancia estratégica de esta población a lo largo de la historia. En su día estuvo formado por tres recintos amurallados y todavía se pueden observar diversos tramos de muralla árabe, torreonos y una torre centinela.

ENTRE MOLINOS Y ARTE RUPESTRE
En el camino que bordea la subida al castillo se encuentra el Mirador de Ares, un gran balcón desde el que se contemplan unas magníficas panorámicas del extenso término de Ares del Maestrat, de la sinuosa carretera que sube el puerto Coll de Ares, de los barrancos como el dels Molins o dels Horts y de los bancales de piedra a un seco que embelecen el inmenso paisaje.

ves de diversas rutas senderistas. Entre ellas, destaca el Camino del Barranc dels Molins, que recorre antiguos caminos de herradura utilizados en el Ir y venir cotidiano a los cinco molinos harneros del siglo XVIII. El recorrido circular se plantea de molino en molino en el mismo sentido en que lo hacía el agua. De esta forma no solamente a preciaríamos mejor la complejidad del sistema hidráulico, sino que disfrutaremos de un marco paisajístico de gran envergadura. Otra excursión muy recomendable es la que nos lleva hasta los enclaves de la Cova Remigia y el cingle de la Cova Remigia, en la pedana de La Montalbana. Estas cuevas albergan uno de los conjuntos de arte rupestre mejor conservados de todo el Levante español, con pinturas que representan figuras humanas, animales y escenas de caza.

Campaña de publicidad internacional

La actuación en la campaña internacional planteó una estrategia multimedia en soportes offline y en medios digitales, combinando acciones de contenidos con publicidad convencional. A través del mix de medios la campaña tuvo presencia en Reino Unido, Alemania, Francia, China, Holanda, Países Nórdicos y Polonia; con actuaciones en TV (Euronews, Eurosport), prensa y soportes digitales (operadores turísticos, prensa especializada en viajes, etc.).



Cabe resaltar que se realizaron actuaciones publicitarias focalizadas en mercados y situaciones concretas entre las que cabe destacar:

- Campaña de medios para dar a conocer la puesta en marcha de dos conexiones aéreas entre Castellón-Budapest y Castellón-Katowice en ambos países. Las conexiones aéreas estuvieron operativas desde el 16 de junio hasta el 15 de septiembre de 2019, por lo que se realizó una campaña en prensa y en el entorno online desde junio hasta principios de julio de 2019.



- Campaña de medios dirigida al mercado británico con motivo de la incertidumbre provocada el Brexit. Las actuaciones se realizaron en medios gráficos (prensa, revistas, etc.) y online. La creatividad de la campaña y sus mensajes se realizaron desde la Unidad de Publicidad de Turisme CVCVCV produciendo una gráfica propia acorde a la estrategia de campaña (Always Brit Friendly) con fotografías realizadas ex profeso.



8.1.2 - Producción de roll ups

Con la finalidad de apoyar el conjunto de actuaciones destinadas a favorecer el conocimiento de la Comunitat Valenciana como destino turístico y potenciar las acciones de promoción de la oferta turística y de sus marcas, productos y recursos se da la necesidad dentro del Área de Marketing y Producto turístico de disponer de material ilustrativo de la Comunitat Valenciana que se pueda exhibir en las diferentes acciones (ferias, congresos, jornadas, reuniones etc.) que surgen y se prolongan en el tiempo.

Para ello se inició la contratación para la producción de 70 de Roll ups con imágenes de productos, recursos e imágenes de la campaña turística “Mediterráneo en Vivo”, para su utilización por los técnicos de Turismo y por los CdTs e Invattur de la Comunitat Valenciana en acciones de promoción turística de diferente naturaleza.



8.1.3. Ampliación de los derechos de locución, música, modelos y adaptación de los spots de Mediterráneo en Vivo

El objeto de esta contratación fue la ampliación por un año, a partir del 21 de julio de 2019, de los derechos de locución, música, modelos, la adaptación de los spots y demás conceptos necesarios para garantizar la correcta difusión en los diferentes soportes que forman parte de las campañas turísticas de la Comunitat Valenciana, tanto en el ámbito nacional como internacional.

- Ampliación derechos musicales un año, nacional e internacional
- Ampliación derechos de locución para la campaña nacional del spot genérico de 20'', interior 20'' y cultural 20'', tanto en castellano como en valenciano.
- Cuña genérica 20'', castellano y valenciano
- Derechos de imágenes de actores para TV y gráfica durante un año de 6 modelos jóvenes Denia, 2 modelos Montanejos, 2 modelos LGBT y un modelo Bodega.

Esta ampliación de la cesión de derechos permitió seguir con las actuaciones publicitarias hasta que se cuente con la nueva creatividad y producción de soportes publicitarios que dará continuidad a la actual campaña Mediterráneo en Vivo.

8.1.4. Servicio de locución y sonorización de videos en idiomas internacionales

Mediante este contrato se realizaron satisfactoriamente locuciones y sonorizaciones de dos vídeos en varios idiomas para su uso en actuaciones internacionales.

De esta forma se realizó la locución y sonorización del video L'Exquisit Mediterrani locutado en inglés, francés y portugués; y el video de presentación de Turisme CVCVCV locutado en inglés y francés.

8.1.5. Adaptaciones gráficas para el apoyo en la promoción turística

En lo que respecta a ferias y otras acciones promocionales durante 2019, se adaptaron gráficas y diseño de paneles para diversos eventos como: Gastrónoma Alicante, Madrid Fusión, Gourmets, Feria Anuga de Colonia, Alimentaria, Dive Birmingham, Feria de buceo de Madrid, More Aqua Show Madrid, Valencia Boat, Alicante Medsea, Salon des Vacances de Bruselas, ITB Berlín, F.RE.E. de Munich, Ferien Messe de Viena, WTM de Londres, Holiday World Show de Dublín, Golf Parma, el torneo de golf Scandinavian Invitation de Suecia, KLM Open de Golf, MITT de Moscú, BIME Bilbao, Monkey Week, , Fira de Tots Sants, Valencia Bike's y otras.

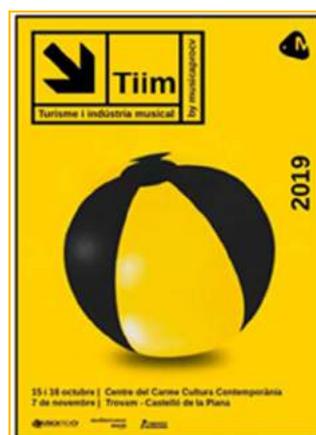
Además, se colaboró en la elaboración de numerosas adaptaciones de gráficas de la campaña de publicidad nacional y autonómica, así como en la recopilación y elaboración de material escrito y búsqueda de imágenes, para brand content y publlirreportajes de las campañas nacional e internacional.

Durante 2019, se renovó la gráfica destinada a las campañas de publicidad nacional e internacional con nuevas imágenes que sustituyen aquellas de las que han vencido los derechos, de esta forma se siguió aportando una imagen de campaña con presencia de todos los productos turísticos al tiempo que se actualiza con el fin de llegar de forma efectiva al público objetivo.



8.2. PROMOCIÓN ESPECÍFICA

Mediante convenios con asociaciones sectoriales y entidades locales para la promoción de productos y destinos turísticos se apoyaron en 2019 actuaciones que tenían como objetivo la difusión y promoción de productos turísticos, de destinos de la Comunitat Valenciana y aquellas otras de márketing dirigidas a mercados de interés prioritario para las asociaciones y entidades locales que lo promueven.





A estos efectos, Turisme CV firmó convenios de colaboración con las siguientes entidades:

BENEFICIARIOS	OBJETO
Asociación de Empresas de Turismo Activo	Acciones de publicidad y difusión del turismo activo de la Comunitat Valenciana
Ayuntamiento de Altea	Acciones de Marketing turístico y promoción del municipio de Altea
Ayuntamiento de Buñol	Acciones de promoción del producto turístico del municipio de Buñol
Ayuntamiento de Denia	Plan de promoción de la gastronomía de Denia y de la C.V.
Ayuntamiento de Gandía	Potenciar la ruta turística de la familia de los Borgia.
Ayuntamiento de Liria	Acciones de promoción del producto turístico del municipio de Liria
Ayuntamiento de Peñíscola	Plan de promoción del producto cinematográfico de Peñíscola y de la C.V.
Ayuntamiento de Sagunto	Plan de promoción turística del producto cultural a través de las artes escénicas en Sagunto y de la C.V.
Ayuntamiento de Xàtiva	Potenciar la ruta turística de la familia de los Borgia.
Asociación. Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes (AEVAV)	Acciones de promoción y comercialización de paquetes turísticos de la C.V.
Asociación Club de producto de alojamientos de interior de la C.V.- TEMPS	Apoyo de acciones de promoción y comercialización de la oferta turística de interior de la C.V.
Asociación de empresarios de campos de golf de la Costa Blanca y Comunitat Valenciana	Fomentar acciones de promoción de turismo de golf tanto a nacional como internacional.
Asociación de Hogueras Especiales de Alicante	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: las Hogueras de Alicante
Associació de promotors musicals de la Comunitat Valenciana	Actuaciones de marketing y promoción del producto del turismo musical.
Asociación Empresarial Valencia Premium	Promover acciones de turismo excelente en la C.V.
Asociación de Empresas de Hostelería de Torreveija y Comarca	Acciones de promoción y marketing de la oferta de hostelería restauración de Torreveija.
Asociación Empresarial Hotelera de Benidorm, Costa Blanca y Comunitat Valenciana - HOSBEC	Actuaciones de publicidad, promoción y comarketing para la difusión de la oferta de Benidorm, CostaBlanca y Comunitat Valenciana en mercado nacional e internacional.
Asociación para la promoción del turismo familiar de la C.V.	Apoyo de la actividad de turismo familiar en la C.V.

Asociación Provincial de Hoteles de Alicante	Acciones de promoción y marketing de la oferta hotelera de Alicante.
Asociación de San Jorge	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Moros y Cristianos de Alcoy
Associació Valenciana d'Empreses Productores de Teatre, Dansa i Circ - AVETID	Fomento de la imagen de València y la C.V. como referente turismo cultural y artes escénicas.
Asociación Cátedra China	Fomento de la imagen de la C.V. a nivel de promoción turística cultural.
Confederación de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de la Comunitat Valenciana - COCEMFE	Colaboración para el impulso al turismo accesible en la CV, "turismo para todos"
Confederación de Empresarios de Hostelería y Turismo de la Comunitat Valenciana - CONHOSTUR	Promoción y desarrollo del producto gastronómico de la C.V.
Federación Empresarial de Camping y CV de la Comunitat Valenciana	Realización de acciones de promoción y dinamización de la oferta turística de campings de la C.V.
Federación de Sociedades Musicales de la Comunitat Valenciana	Promover el producto musical valenciano por excelencia de bandas de música locales
Federación de ocio, turismo, juego, actividades recreativas e industrias afines de la C.V. (FOTUR).	Colaboración en actuaciones promocionales de los productos de ocio y turismo de la C.V.
Federación Fallas Sección Especial	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Fallas de Sección Especial
Federación Gestora de Gaiatas	Actuaciones de marketing colaborativo para la promoción de fiestas de relevante interés turístico: Gaiatas de Castellón
Federación Valenciana de Enoturismo de la Comunitat Valenciana	Fomento y promoción de la Comunitat Valenciana destino turístico
Feria muestrario Internacional de Valencia	Acciones del turismo gastronómico (Gastrónoma). MICE, activo y deportivo
Fundación Cultural Capella de Ministrers	Activar y apoyar el producto turístico cultural a través de acciones de la música.
Fundación de Turismo Benidorm de la C.V.	Realización de actuaciones de marketing y promoción turística de Benidorm en el ámbito nacional e internacional.
Fundación de Turismo de Montanejos de la Comunitat Valenciana	Acciones de promoción y difusión del producto turístico en Montanejos
Fundación Turismo València de la Comunitat Valenciana	Fomento de la imagen de la ciudad de València como referente en el turismo de los distintos productos, a destacar, el cultural, urbano, gastronómico, deportivo, familiar y de negocios (MICE).
Institución Ferial Alicantina (IFA)	Apoyar las actuaciones del turismo gastronómico, náutico, cultural y familiar.
Instituto Seda España	Promover actuaciones de promoción turística del producto ruta de la seda

Asociación Club del Producto Turístico Introducing Castelló	Acciones de promoción y marketing de la oferta turística de la provincia de Castellón
Palau de les Arts Reina Sofía. Fundación de la Generalitat	Acciones de promoción y marketing de la cultura de la C.V. en colaboración con el Palau de les Arts Reina Sofía.
Patronato Municipal de Turismo de Castellón de la Plana	Acciones de promoción y difusión del producto turístico del municipio de Castelló de la Plana
Plataforma representativa estatal de personas con discapacidad física (PREDIF)	Colaboración para el impulso al turismo accesible en la Comunitat, "turismo para todos"
Productors audiovisuals valencians	Impulsar el turismo cinematográfico y propiciar acciones que comportan favorecer espacios de la Comunitat Valenciana como plató de rodaje
Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana	Promoción Turisme CVCVCV
Asociación Unesco Valencia Mediterráneo	Promover actuaciones de promoción turística del producto ruta de la seda
Organismo autónomo VISITELCHE	Potenciar la promoción turística en la ciudad de Elche

8.3. MARKETING ON LINE

8.3.1. Portal turístico www.comunitatvalenciana.com

El portal turístico www.comunitatvalenciana.com recibió en 2019 algo más de 2,8 millones de visitas de algo más de 1 millón de usuarios procedentes principalmente de España (67,70%) y de los mercados emisores más consolidados para la Comunitat Valenciana, como son Francia (4,79%), Reino Unido (4,17%), Alemania (5,33%), Bélgica (1,91%) y Holanda (1,31%); si bien destaca el aumento de visitas al portal desde Estados Unidos (3,39%) por delante de Bélgica (1,91%). Las visitas procedieron de 202 países distintos. Si atendemos al dato de las versiones idiomáticas del portal, observamos que las sesiones se repartieron de la siguiente manera:

IDIOMA	PORCENTAJE
Español	63,26%
Inglés	12,72%
Francés	6,21%
Alemán	6,03%

Algo más de un 36% de las sesiones abiertas en el portal consultaron contenidos relacionados con la red de Webcams de la Comunitat Valenciana (frente a casi el 50% del año anterior), mientras que los contenidos de tipo Agenda han alcanzado una cifra superior a la del año pasado superando el 10% de las sesiones.

Durante 2019 se mantuvo la tendencia del ejercicio anterior, siendo el ordenador el dispositivo con el que más se accedió al portal:

DISPOSITIVO	% SESIONES
Ordenador	98,12%%
Tablet	1,11%
Mobile	0,77%



Durante el ejercicio 2019 el portal turístico sufrió pocos cambios más allá de los hechos por necesidades de mantenimiento y la corrección de las incidencias detectadas.

Hasta finales de año se siguió publicando en el portal contenido del tipo Propuestas de Viaje y Noticias, si bien con una cadencia distinta desde principios del mes de julio debido a un primer cambio en la estrategia del email marketing de Turisme.

- Cadencia semanal de enero a junio en los 5 idiomas.
- Cadencia quincenal en el mes de julio en los 5 idiomas.
- Cadencia mensual de agosto a noviembre en los 5 idiomas.

El boletín semanal (e-newsletter) ha mantenido estable el número de suscriptores activos distribuidos de la siguiente manera por idioma:

IDIOMA	% SUSCRIPTORES 2019	% SUSCRIPTORES 2019
Español	79,40%	80,37%
Inglés	11,54%	11,05%
Francés	3,64%	3,48%
Alemán	3,30%	3,00%
Valenciano	2,12%	2,07%
TOTAL	100%	100%

8.3.3 Red de Webcams

La Red de Webcams de la Comunitat Valenciana, 76 cámaras distribuidas a lo largo de toda la Comunitat, han superado el millón de visitantes durante este año. Con la finalidad de ofrecer un servicio óptimo se han realizado las siguientes actuaciones:



- Contratación de un servicio de mantenimiento de limpieza y reparación de equipos durante el periodo de mayo a septiembre para garantizar un alto nivel de calidad de las imágenes emitidas.
- Tramitación para la adjudicación del concurso de mantenimiento para los próximos 4 años en el que se incluye la renovación completa de las cámaras por equipos, mejoras como la autolimpieza y aquellas que se consideren conveniente.
- Cambio de la conexión de 16 cámaras, donde la tecnología de Telefónica nos lo ha permitido, pasando de ADSL a Fibra FTTH favoreciendo la velocidad de transmisión y la calidad de las imágenes emitidas.
- Desarrollo de los fundamentos tecnológicos para poder garantizar que a medio plazo se podrá ofrecer toda la red de webcams en servicio streaming siendo que actualmente hay 4 cámaras que utilizan dicha tecnología en fase de pruebas y Turisme CVCV dispone del software necesario, de las conexiones que lo permiten y de unos equipos avanzados que incorporan la funcionalidad necesaria.

8.3.4. Estrategia de Marketing Online para la Comunitat Valenciana 2017-2019

La Estrategia de Marketing Online 2019 estuvo dividida en dos grandes bloques: Marketing de Contenidos y Publicidad Online, cada uno de ellos divididos a su vez en los siguientes conceptos:

A MARKETING DE CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> 1 Contenidos digitales 2 Red de blogs 3 Marketing en redes sociales 4 Marketing en dispositivos móviles 5 Acciones innovadoras
B PUBLICIDAD ONLINE
<ol style="list-style-type: none"> 1 Publicidad en operadores y agencias de viajes online nacionales: 2 Publicidad y difusión de contenidos 3 Publicidad en redes sociales

A. Marketing de contenidos:

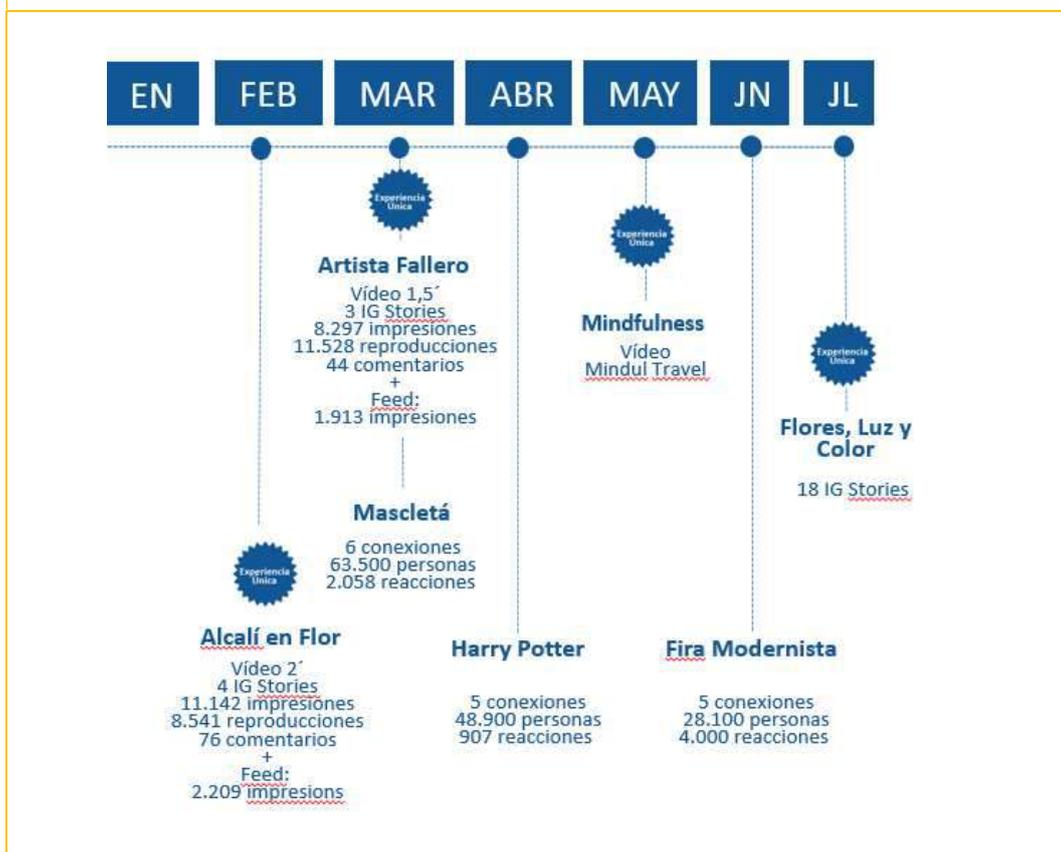
1.- **Contenidos digitales:** Creación de Videoblogs y videos de destinos: La producción de la Vuelta a la #CV80 Días - formato este en el que la presentadora Nerea San Félix recorrió 30 municipios de la CV que los usuarios pudieron descubrir a través de Instagram TV; acción, además, que se amplificó a través de 5 influencers nacionales y 4 internacionales:

NACIONALES	INTERNACIONALES
Paco Nadal Guías Viajar A tomar por mundo Nerea Sanfe Naseke	Brogan Abroad (UK) Stephytravels (UK) Traveler Story (DE) French Adventurer (FR)

La Vuelta a la #CV80 días



7 Acciones de Contenidos en Tiempo Real



2- Red de blogs: Durante 2019 se continuó con la gestión de la red de 5 blogs deportivos en español (BTT, Senderismo, Buceo, Kitesurf y Surf) y se generaron 300 posts de autores nuevos como Brogan Abroad, Con los Niños en la Mochila, En Casa No Me Pillan

3.- **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 2019 destacan las siguientes acciones en redes sociales:

- **La Comunitat Valenciana en Eurovisión:** Durante la final del festival de Eurovisión se lanzaron 26 píldoras de vídeo creadas con Motion Graphics y adaptadas a cada uno de los países participantes para desearles buena suerte en el certamen e invitarlos a que vengan a visitar la Comunitat Valenciana. Los videos se publicaron en Facebook e Instagram.



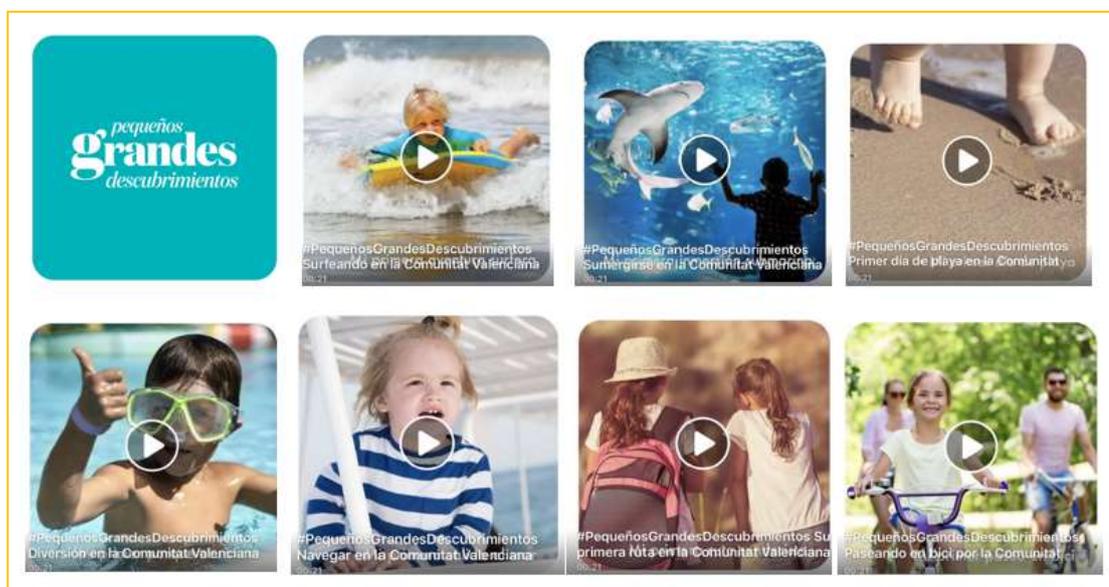
Al margen de los resultados orgánicos, la acción se publicitó en Facebook e Instagram con muy buenos datos:

- Facebook: 513.243 impresiones + 47.646 visualizaciones 10" + 164.749 interacciones con el video.
- Instagram: 1.379.474 impresiones + 60.535 visualizaciones 10" + 280.209 interacciones con el video.
- **Mindfulness en la Comunitat Valenciana:** 12 PODCASTS: A cielo abierto, Brisa Mediterránea, Colores en el Viento, Corazón Mediterráneo, Espuma de Mar y Fuente de vida (Castellano + inglés). La meditación nos sirve de excusa para mostrar nuestros recursos naturales y turísticos; por ello se crea una biblioteca de podcasts con sonidos de la Comunitat Valenciana para meditar y una lista de reproducción para meditar con sonidos del Mediterráneo conducido por un profesional en inglés y español.



- **Pequeños Grandes Descubrimientos:** El Turismo Familiar es uno de los ejes estratégicos de la Estrategia de Comunicación y para activar dicho segmento se lanza una campaña táctica en los perfiles sociales con contenidos audiovisuales que apelan a esos recuerdos de la infancia: pisar la arena de nuestras playas por primera vez, el inolvidable día en el parque acuático, aprender a montar en bici, ...

Resultados: 51.941 personas alcanzadas, 8.072 reproducciones y 202 reacciones



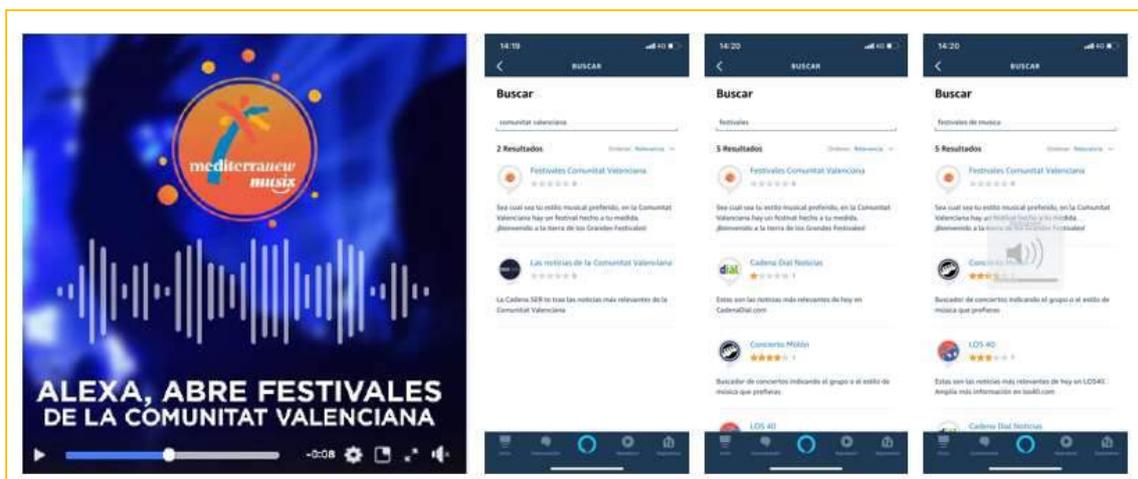
- **La Despensa del Mediterráneo:** Cada semana se lanza una píldora de unos 30” que combina vídeo e imágenes con información de productos de la Despensa del Mediterráneo. El objetivo es poner en valor los productos de proximidad de la CV Valenciana a través de un formato de consumo fácil y rápido que ofrece detalles curiosos de los productos gastronómicos y los destinos asociados a ellos (el pulpo seco, la chufa, la trufa, la alcachofa, la fideuà,...)



4.- Marketing en dispositivos móviles

Skill de Alexa: el asistente virtual controlado por voz creado por Amazon para que los usuarios puedan preguntar de forma oral al asistente por los festivales de la Comunitat Valenciana y que sean respondidos por los altavoces inteligentes.

En concreto se introdujo información del Festival Internacional de Benicàssim, el Low Festival Benidorm, el Arenal Sound de Burriana, el Medusa Sun Beach, el Leyendas del Rock Festival, el Rototom Sunsplash y el Festival de Les Arts.



El análisis cualitativo en redes sociales a cierre del año 2019, fue:

a) Facebook: Alcance orgánico medio por Post: 17.825 usuarios impactados. Alcance pagado medio por Post: 53.865 usuarios impactados. Media de interacciones mensuales: 1.297 reacciones. Top 4 de las Fanpage turísticas españolas (tras Cataluña, Canarias e Illes Balears).

Los seguidores de la Comunitat Valenciana en redes sociales viven mayoritariamente en València, Alicante, Madrid, Castellón, Barcelona, Elche, Gandia y Benidorm. En 2019 nos han seguido más mujeres (62%) que hombres (37%). El rango de edad de nuestros seguidores es mayoritariamente de 25-44 años.

b) Twitter: Media de impresiones mensuales: 217.916 usuarios impactados. Total de impresiones acumuladas en 2019: 2.615.000 impactos. Engagement Rate 1,27%. A diferencia de 2018, el número de followers ha crecido exponencialmente a 106.625. El rango de edad de nuestros seguidores se mantiene en 35-44.

c) Instagram: Engagement Rate 2,92%. Likes acumulados a 31 de diciembre de 2019: 533.209. Likes (Average) por mes: 44.435 likes. El público mayoritario son mujeres (60%) de 25 a 34 años y de 35 a 44 años; el uso de Stories ha permitido crecer de forma orgánica cerrando 2019 con más de 70.000 followers.

d) Youtube: Durante el año 2019 el canal youtube de la Comunitat Valenciana superó las 385.200 visualizaciones, las 5.800 horas de tiempo de visualización y las 707.167 impresiones (veces que se han mostrado las miniaturas de los vídeos de Turisme Comunitat Valenciana a los espectadores-no se incluyen las impresiones de los sitios web ni de las aplicaciones externas). La duración media de visualización se situó en torno a los 54 segundos.

El número de suscriptores al canal por su parte aumentó en 300 nuevas personas durante 2019, situando la cifra en los 2.810. No obstante las visualizaciones de 2019 procedieron casi su totalidad (98,9%) de usuarios no suscritos con 381.639 visualizaciones y 5.810 horas de visualización.

El acumulado del canal de la Comunitat Valenciana desde que se cuenta con datos alcanza las **3.452.036 visualizaciones y las 59.343 horas de visualización**, haciendo que la duración media de las visualizaciones se sitúe en 1:11 minutos.

En cuanto a los dispositivos desde los cuales se accedió al canal tenemos los siguientes datos:

DISPOSITIVO	% TIEMPO DE VISUALIZACIÓN (HORAS)
Teléfono móvil	61,40%
Ordenador	19,00%
Tablet	10,20%
Televisión	8,70%
Videoconsola	070%

Los 10 videos con mayor número de visualizaciones durante 2019 fueron:

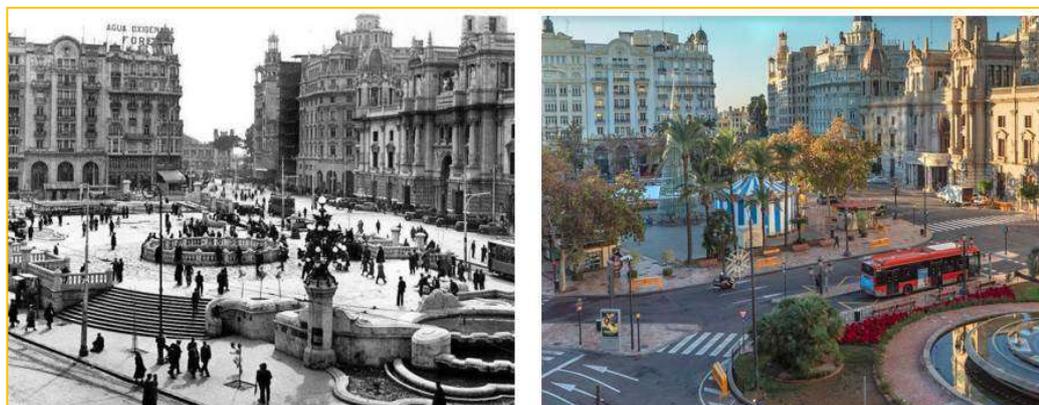
VÍDEOS	VISUALIZACIONES		TIEMPOS DE VISUALIZACIÓN (HORAS)	
Castillo de Xàtiva a vista de dron	88.393	23,0%	1285,6	21,9%
Atardecer en Parque de Cabecera de València	88.083	22,9%	1311,0	22,3%
Vilafamès y su castillo @avistadedron	27.855	7,2%	403,3	6,9%
L'Exquisit Mediterrani, la rica gastronomia valenciana	21.072	5,5%	257,0	4,4%
Las fallas de València, Patrimonio de la Humanidad	18.983	4,9%	351,6	6,0%
La Vall de Laguar y su ruta de 6.000 escalones	15.651	4,1%	253,2	4,3%
Amanecer desde la Serra Gelada	14.163	3,7%	242,6	4,1%
Tabarca la isla bonita	14.085	3,7%	239,3	4,1%
Spot TV Comunitat Valenciana	5.452	1,4%	38,7	0,7%
Castellón de la Plana Timelapse Comunitat Valenciana	3.861	1,0%	61,6	1,1%
TOTAL	385.209		5.873,1	

5 Acciones Innovadoras

- ESCAPE ROOM VR (Enfoque Ferias):** La Comunitat Valenciana creó la primera experiencia de Realidad Virtual Escape Room “Camins de Dinosaurios VR” en FITUR 2019.



- **POSTALES DEL FUTURO:** A través de 6 fotografías antiguas de Benidorm, Alicante, València, Torrevieja, Cullera y Peñíscola se lanzó una foto-reto para intentar descubrir de qué lugar se trata. Entre todos los acertantes en cualquiera de los seis retos se sortea un fin de semana en un destino de la Comunitat Valenciana elegido por el propio ganador. La resolución de los seis retos se resolvió con seis fotografías actuales hechas expresamente para esta acción por el fotógrafo más conocido en las redes sociales.



• **Resultados:**

MARCA	COMENTARIOS	ALCANCE
Visit Benidorm	1089	101.993
Alicante City	356	28.976
Visit València	454	29.687
Costa Blanca	84	13.213
Valencia Turisme	71	10.369
Castellón Med	60	5.935
TOTAL	2.114	190.172

- **BLOGTRIP:** Acción de videoblogging desarrollada en el perfil de Youtube de Viajando con Diego y amplificada en Facebook, Twitter e Instagram. Diego Pons, un reconocido videoblogger de viajes realiza y retransmite cinco experiencias realizadas en 48 horas en cada una de las tres provincias de la Comunitat Valenciana. Tres videos, uno por provincia, subtítulos al inglés, muestran las experiencias vividas en un tono fresco. Resultados:

- 200.000 visualizaciones en Facebook y 45.000 visualizaciones en Youtube



B Publicidad Online

1.- Publicidad en operadores y agencias de viajes online nacionales: 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.

Durante el periodo comprendido entre el 01 de enero y el 2 de agosto de 2019, la Comunitat Valenciana ha tenido microsites activos en las seis OTAS y lanzado más de 29 millones de impresiones display y alcanzado casi 90 mil clics. Además, ha tenido presencia en sus redes sociales, blogs y newsletters.



2- Publicidad y difusión de contenidos: Durante el mismo periodo de tiempo de 2019 se lanzaron más de 4 millones de impresiones display en acciones llevadas a cabo con otros medios como El Viajero, Minube, Skyscanner y Tripadvisor



3- Publicidad en redes sociales: En cuanto a la publicidad en redes sociales, durante los meses arriba mencionados, se lanzaron más de 22,2 millones de impresiones: casi 14 millones en FB, casi 8 millones en IG y casi medio millón en YT.

Se impactó sobre más de 6,5 millones de personas en FACEBOOK y se lanzaron casi 12 millones de impresiones con los siguientes resultados: 16.000 nuevos seguidores, 3 millones de interacciones con las publicaciones, 1,7 millones de visualizaciones de 10'' de los videos y más de 3 mil instalaciones de la aplicación.



8.4. COMUNICACIÓN OFFLINE

En el marco de las acciones para la comunicación de la marca Comunitat Valenciana, durante 2019, dentro del programa de publicaciones y material promocional, se llevaron a cabo diferentes actuaciones con el objetivo de asegurar la mayor difusión y conocimiento de 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 ediciones.

8.4.1 Reimpresiones y nuevas ediciones

Además de los soportes promocionales específicos a los productos de Creaturisme, descritos se han editado las siguientes publicaciones:

Catálogo genérico de la CV: En 2019 se actualizó la línea de publicaciones adaptando las ediciones a las nuevas tendencias de comunicación y sostenibilidad. Además de reimprimir guías en castellano (1.500) e inglés (1.200), se amplió las ediciones en idiomas de la guía genérica de la Comunitat Valenciana imprimiendo ejemplares en portugués y ruso.



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 bilingüe castellano/inglés. En el mapa se señalan gráficamente, a través de símbolos universales, los principales recursos turísticos de utilidad para el visitante. Los textos ofrecen una presentación de los principales atractivos de la Comunitat Valenciana. En 2019 se editaron 10.000 ejemplares.

Planos ciudad de Alicante y Benidorm segmento LGBTI: En 2019, con motivo de las diferentes acciones realizadas para el colectivo LGBTI (Día del Orgullo en Madrid, Valencia, Benidorm, etc), se realizaron las reimpressiones del plano de Alicante y Benidorm con información relativa a la oferta de la Comunitat Valenciana para el turista LGBTI. Se han editado 1.000 ejemplares de cada uno.

Planos ciudad de Alicante: El plano de Alicante 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. En 2019, editaron 20.000 ejemplares, bilingüe castellano e inglés.

8.4.2 Merchandasing

Merchandising Campaña Mediterráneo 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 produjeron varios artículos promocionales para su distribución en ferias, promociones y otras acciones con presencia de la Comunitat Valenciana.



MERCADO NACIONAL MEDITERRÁNEO EN VIVO	
TIPO DE PRODUCTO	UNIDADES
Bolsa compra con ilustración	1.000
USB 4G	1.000
Socarrats	480
Posavasos socarrats	398

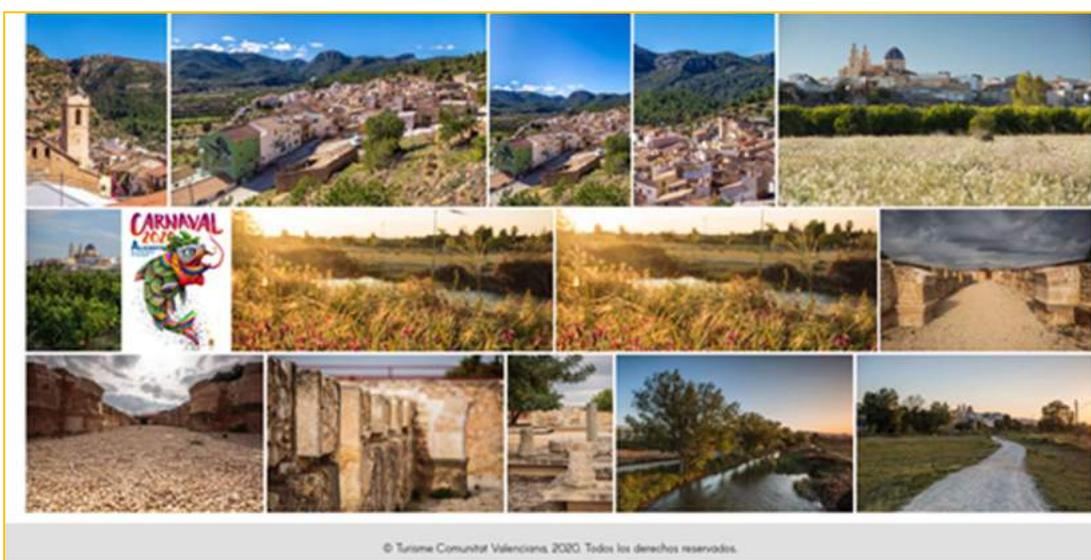
MERCADO NACIONAL MEDITERRANEAN LIVE	
TIPO DE PRODUCTO	UNIDADES
Bolsa 100% algodón natural marca Mediterranean Live	1.000
USB 4G	1.200
Braga para cuello a color	1.400
Juego de posavasos a color con ilustraciones	1.100

8.4.3 Banco de imágenes turísticas

Cesión de imágenes para entes públicos y medios de comunicación: siguiendo la línea de colaboración con agentes externos. En 2019, se presentó el servicio gratuito de cesión de imágenes a organismos y empresas del sector, así como a medios de comunicación especializados en turismo, tanto dentro como fuera de España. También se han atendido solicitudes de otros departamentos de la Generalitat.

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.

En 2019 se concluyó la contratación para la actualización del Banco de Imágenes de la Comunitat Valenciana. Se ha conseguido una renovación completa de todas las turísticas para su uso tanto en material gráfico como en la web y ferias nacionales e internacionales.





9

OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA RED TOURIST INFO

9.1. GESTIÓN DE LA RED TOURIST INFO. CIFRAS 2019

El artículo 42 de la Ley 15/2018 otorga rango legal a la Red Tourist Info, afirmando: «La red Tourist Info se configura como un instrumento de desarrollo de la política turística de las administraciones públicas de la Comunitat Valenciana y se orienta a proporcionar un conjunto integral de servicios de información turística durante todo el año, contribuyendo a difundir el conocimiento de sus recursos y productos, facilitando asistencia y orientación turística, fomentando la hospitalidad y coadyuvando a optimizar la gestión de la experiencia turística. Excepcionalmente, en el marco de la red Tourist Info, se podrán habilitar puntos de información en cooperación con entidades locales interesadas o empresas del sector».

Entre los distintos programas de actuación 2019 de Turisme CV aprobados, conforme a del Plan Operativo de Marketing 2019, 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 T. 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.

La Red Tourist Info, promovida y gestionada por la Generalitat a través de Turisme CV, cuenta con cinco dependencias propias de Turisme CV (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 y un gran número de oficinas municipales conveniadas. El modelo de gestión se basa en servicios de calidad, vinculados a la marca “Comunitat Valenciana”; en sistemas de trabajo y materiales homologados para toda la Red y en la cualificación profesional de los informadores que atienden de forma personal y directa al cliente durante su estancia.

La Red Tourist Info, adscrita al Área de Marketing y Producto Turístico (Servicio de Producto y Territorio) refuerza la 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 de atención al turista y su labor como herramienta de marketing de los destinos. Mejora la dinámica de trabajo con los agentes turísticos locales, procurando la evolución hacia nuevos servicios; de esta forma, se ha perseverado en la integración de las tecnologías de la información y comunicación en la gestión, con la consolidación y mejora en la formación y dotación de herramientas corporativas. Las actuaciones que se reconocen como prioritarias son: perfil del personal, identificación corporativa, cobertura informativa homogénea, intercambio de información turística y colaboración en los sistemas estadísticos y de evaluación del servicio, consolidación y participación activa en las herramientas de atención y en los sistemas de calidad turística.

A lo largo de 2019 cabe destacar las siguientes cifras:

Cobertura territorial	169 entidades locales adheridas. 219 oficinas Tourist Info. 21 puntos de Información Turística. 4 nuevas Oficinas Tourist Info en 2019
Indicadores de servicio cuantitativos	2.036.510 personas atendidas en la Red en 2019. Nacionales: 1.377.771 Internacionales: 658.739
Indicadores de servicio cualitativos	12.387 encuestas de satisfacción cumplimentadas en la Red T. Info

Encuesta Tourist Info verano	6.861 encuestas de satisfacción cumplimentadas en la Red T. Info. 130 oficinas participantes. 9,57 puntos sobre 10 de media de valoración de los servicios Oficinas. 9,67 puntos sobre 10 de media en cumplimiento de expectativas Oficinas.
Encuesta Tourist Info de seguimiento	5.526 cuestionarios cumplimentados. 27 oficinas participantes (oficinas certificadas o distinguidas de en calidad). 9,53 puntos sobre 10 de media de valoración de los servicios Oficinas. 9,58 puntos sobre 10 de media en cumplimiento de expectativas Oficinas
Orientación al cliente: Plan de Calidad	84 certificaciones o distintivos de calidad. 28 certificaciones UNE-ISO 14785 -Q-. 7 certificaciones ISO 9001. 1 certificación ISO 14001. 1 certificación UNE 170001. 47 distintivos SICTED.
Asistencia a destinos de la coordinación de la Red	121 acciones de asistencia técnica in situ
Colaboración con centros formativos de Oficinas propias.	Colaboración: 4 alumnos en prácticas de Grados de Universidades públicas y/o IES de módulos de formación profesional. 1.200 horas de prácticas curriculares
Plan de formación Red Tourist Info	12 jornadas formativas, incluidas las XVIII Jornadas de la Red Tourist Info, Castellón 2019. 83 horas de formación. 393 participantes entre técnicos e informadores de la Red.
Grandes peticiones de material informativo	425 peticiones: 314 Tourist Info 111 Otras peticiones
Sistemas Información turística WINSITUR	27.636 registros. 5.779 modificaciones/validaciones Winsitur/Mantur.
Proyectos de Innovación	III premio a la Innovación en la Red Tourist Info: Premio. Tourist Info Petrer. Accésits: Tourist Info Pilar de la Horadada Manual de Mobiliario de la Red Tourist Info

9.2. COBERTURA DE LA RED

9.2.1. Cobertura jurídica - Convenios

El Consell aprobó, por acuerdo de 8 de febrero de 2019, un convenio tipo de colaboración entre Turisme CV y 140 entidades locales -137 municipios, 2 mancomunidades y 1 entidad local menor-, que permitió agilizar los trámites jurídico-administrativos para la renovación y actualización de los convenios suscritos con dichas entidades.

De este modo, a través de este convenio tipo se actualizan los convenios suscritos entre 1993 y 2015, adaptándolos a la nueva normativa, como la Ley 40/2015, del 1 de octubre, de régimen jurídico del sector público, y el Decreto 176/2014, de 10 de octubre, del Consell, que regula los Convenios que suscriba la Generalitat y su registro. Los cambios más importantes afectan a la duración, que pasa a ser de cuatro años, la obligación de su publicación en las páginas Web de los organismos que convenian, según lo dispone los artículos 9.1.c y 10.3 de la Ley 2/2015, de 2 de abril, de la Generalitat, de transparencia, buen gobierno y participación ciudadana de la CV, así como la constitución de comisiones de seguimiento de dichos convenios.

Durante 2019 Turisme suscribió 9 convenios tipo de actualización de su adhesión a la Red T. Info:

PROVINCIA	MUNICIPIO/MANCOMUNITAT
Alicante	Agost, Altea, Cocentaina, El Castell de Guadalest, Elx, Xàbia y Mancomunitat Vall del Pop
Castellón	Torreblanca
València	Bocairent

Por otra parte, se desarrollaron cuatro Convenios de adhesión de nuevos municipios a la Red, convenios individualizados en cada caso, y con su consiguiente dotación económica.

PROVINCIA	MUNICIPIO/MANCOMUNITAT
Alicante	Crevillent. La Nucia
Castellón	Lucena del Cid. Suera

9.2.2. Cobertura territorial

En 2019 se cerró con 21 puntos de información y 219 oficinas Tourist Info en funcionamiento dentro de la Red, tanto en destinos de litoral, como de interior y urbanos. Al margen de las oficinas cuya titularidad corresponde a Turisme CV, las oficinas Tourist Info se gestionan en colaboración con 169 entidades locales – y el Aeropuerto de Castellón-.

Se produjo un incremento interanual en el número de Oficinas adscritas a la Red Tourist Info de casi un 1,50 %. Por provincias, el número de oficinas Tourist Info es el siguiente:

PROVINCIA	Nº OFICINAS	% SOBRE TOTAL CV
Alicante	81	37
Castellón	63	28,8
València	75	34,2

La Red Tourist Info presenta una cobertura territorial comarcal del 100% (con presencia en las 34 comarcas de la CV). Y con la siguiente desagregación:

COMARCA	PROVINCIA	Nº OFICINAS	% SOBRE TOTAL CV
El Baix Segura/El Bajo Segura	Alicante	15	6,85
El Baix Vinalopó	Alicante	8	3,65
El Comtat	Alicante	3	1,37
El Vinalopó Mitjà	Alicante	7	3,20
L'Alacantí	Alicante	10	4,57
L'Alcoià	Alicante	5	2,28

L'Alt Vinalopó/Alto Vinalopó	Alicante	4	1,83
La Marina Alta	Alicante	16	7,31
La Marina Baixa	Alicante	13	5,94
El Alto Mijares	Castellón	3	1,37
El Alto Palancia (Cs)	Castellón	5	2,28
El Baix Maestrat	Castellón	14	6,39
Els Ports	Castellón	3	1,37
L'Alcalatén	Castellón	3	1,37
L'Alt Maestrat	Castellón	7	3,20
La Plana Alta	Castellón	14	6,39
La Plana Baixa	Castellón	14	6,39
El Camp de Morvedre	Valencia	3	1,37
El Camp de Túria	Valencia	6	2,74
El Rincón de Ademuz	Valencia	2	0,91
El Valle de Cofrentes-Ayora	Valencia	4	1,83
L'Horta Nord	Valencia	6	2,74
L'Horta Oest	Valencia	3	1,37
L'Horta Sud	Valencia	1	0,46
La Canal de Navarrés	Valencia	3	1,37
La Costera	Valencia	3	1,37
La Hoya de Buñol	Valencia	2	0,91
La Plana de Utiel-Requena	Valencia	2	0,91
La Ribera Alta	Valencia	6	2,74
La Ribera Baixa	Valencia	3	1,37
La Safor	Valencia	15	6,85
La Vall d'Albaida	Valencia	6	2,74
Los Serranos	Valencia	4	1,83
València	Valencia	6	2,74

Turisme CV incorporó durante 2019 cuatro nuevas entidades locales, con sus respectivas oficinas:

- Tourist Info Crevillent (Alicante)
- Tourist Info La Nucia (Alicante)
- Tourist Info Lucena del Cid (Castellón)
- Tourist Info Suera (Castellón)

También se trabajó en la modernización de la imagen y mejora de las instalaciones de las T Info.

En cuanto al modelo de gestión y relación interadministrativa, en 2019, Turisme CV y la Fundación Turismo València Convention Bureau de la Comunitat Valenciana han seguido colaborando en la prestación de servicios de información turística en la ciudad de València, compartiendo una misma sede física con el fin de optimizar los recursos existentes, mediante la autorización de ocupación de la oficina de información turística Tourist Info València-Paz a favor de la Fundación Turismo València Convention Bureau de la Comunitat Valenciana.

9.2.3 Refuerzo de la imagen corporativa

La Red Tourist Info cuenta con diferentes elementos corporativos, entendidos en sentido amplio, tales como soportes de rotulación y señalización Tourist Info, mobiliario diverso, y otros instrumentos de imagen. En la encuesta Tourist Info de verano se incorporan tres ítems que valoran la imagen en general de las Oficinas Tourist Info, con unos resultados favorables, que animan a seguir trabajando en la definición de nuevos elementos corporativos, en su mejora y mantenimiento.

Manual de Mobiliario de la Red Tourist Info

En 2019 se trabajó en la definición de un manual que reflejara la tipología base de la dotación de mobiliario a las oficinas de la Red dirigido a:

- Municipios de nueva incorporación, a través de la dotación económica reflejada en sus Convenios de adhesión a la Red.
- Municipios ya adheridos, que presentan proyectos de traslado o reforma de sus oficinas, a través de las líneas de ayudas de Turisme CV.

El Manual se presentó en noviembre de 2019, en el marco de las XVIII Jornadas Tourist Info y define los siguientes modelos de oficina Tourist Info:

1. **Oficina Tipo:** Realizada con un diseño de vanguardia con materiales y acabados de alta calidad, se distribuye con las diferentes zonas estipuladas, atención al cliente, zona de espera, diferentes expositores para autoservicio y zona kids para niños.
2. **Oficina Espacio Natural:** Predominan los materiales y acabados en maderas naturales con aspecto ecológico, adaptándose mejor al entorno con zonas de atención al cliente, zona de espera y expositores autoservicio.
3. **Oficina Edificio Histórico:** El diseño para las oficinas en edificios históricos o protegidos es un diseño con materiales y texturas nobles, para generar un entorno acogedor manteniendo y realzando siempre el ambiente histórico.
4. **Oficina Portátil:** Diseño en contenedores, con frontales acristalados con mucha luminosidad, pero a la vez refrigerado con recubrimientos aislantes, mobiliario en tonos claros y materiales naturales, con zona de atención al cliente y elementos de autoservicio.

El Manual introdujo en su catálogo de mobiliario más de 30 elementos con diferentes acabados. Destacaban como más novedosos las taquillas para la carga de dispositivos móviles, soportes aparca bicicletas, y zonas de espera digitales.

Rotulación y señalización corporativa de la Red Tourist Info.

La identificación del servicio Tourist Info por parte de turistas y visitantes en la Comunitat Valenciana resulta básica para su prestación. Para ello se llevaron a cabo diferentes acciones de rotulación y señalización, con tres líneas básicas:

- Rotulación y señalización Tourist Info de nuevas oficinas incorporadas a la Red.
- Mantenimiento y mejora de la rotulación y señalización Tourist Info de oficinas existentes.
- Suministro de soportes de imagen corporativa: Decálogos de calidad y elementos de zonificación de oficinas conforme a la Norma de calidad Q y el Sistema Integral de Calidad Turística en destinos.

30 años al servicio del turismo de la Comunitat Valenciana

A finales de 1989 el entonces organismo de gestión de la política turística de la Generalitat -ITVA- planteó una línea de colaboración con los municipios y asociaciones empresariales locales en materia de información turística, estructurada en un Convenio marco y Protocolos concretos. Los tres primeros municipios pioneros fueron Peñíscola, Orihuela y Gandia. A partir de esa fecha la Red crecerá territorialmente, hasta alcanzar la cifra actual de 213 Oficinas Tourist Info, con presencia en todas las comarcas de la Comunitat Valenciana.

En 2019 se cumplieron los 30 años de cooperación en esta materia entre las administraciones locales y la Generalitat, con la generación de un modelo de información turística en destino de referencia a nivel nacional. Por ello, durante este año se planteó una serie de acciones para celebrar estos 30 años.

Durante las XVIII Jornadas de la Red Tourist Info se presentó el logo conmemorativo de estas tres décadas, para su uso por las oficinas Tourist Info en diferentes soportes, así como en las actividades promovidas por Turisme CV y dirigidas a la Red.



9.3. ORIENTACIÓN AL CLIENTE

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 formación, la hospitalidad y la profesionalidad en la prestación del servicio son 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.

9.3.1 Plan de formación

En colaboración con empresas, administraciones turísticas y otras entidades, en 2019 se realizaron 12 jornadas formativas, con un total de 83 horas de duración y una participación de 393 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 Mutxamel, Torreblanca y Alt Maestrat; los de producto, en Valencia -Bombas Gens-, Alicante -Distrito Digital-, y con el Club de producto Temps en Alcoi/Biar, Morella y Requena. Así mismo, se han desarrollado acciones formativas tecnológicas.

En cuanto a contenidos competenciales, se trabajó la gestión de calidad, tecnologías, creación de productos, entre otras materias, contenidos dirigidos a técnicos e informadores turísticos.

En noviembre de 2019 se convocaron, en colaboración con el Ayuntamiento de Castellón, las XVIII Jornadas de la Red Tourist Info. En esta edición se reunieron más de 120 informadores y técnicos municipales de 73 destinos. Durante 2 días, los informadores pudieron conocer de primera mano el modelo turístico de la ciudad, su patrimonio, cultura y gastronomía, así como la presentación del Manual de mobiliario de la Red Tourist Info, entre otras acciones.

9.3.2. 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 2019 participando con las oficinas de la Red Tourist Info en las numerosas actividades que se organizaron a lo largo de toda la Comunitat Valenciana, con un tema común: «Turismo y empleo: un futuro mejor para todos».

Turisme CV 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.

9.3.3 Asistencia y soporte a destinos, empresas y entidades

En 2019 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, prestaron apoyo informativo a otros servicios de información turística en su provincia, y cubrieron aquellos destinos que no cuentan con oficina propia.

En 2019 se registraron 199 acciones de asistencia técnica y coordinación con desplazamiento de los coordinadores, y personal propio, en las tres provincias hasta los destinos. Estas se desglosan como sigue:

- Visitas técnicas, auditorías, asistencia oficinas, etc.: 121
- Sustituciones de personal (Alicante a Aeropuerto): 48
- Presentaciones, actos, reuniones sector, etc.: 30

Por último, se atendieron 111 peticiones masivas de material turístico impreso para su distribución en congresos, eventos, reuniones y establecimientos turísticos; y 314 peticiones de material realizadas por las Oficinas de la Red Tourist Info. También se colaboró en la distribución entre las oficinas de la Red Tourist Info del material impreso editado por otras entidades, establecimientos y asociaciones de carácter turístico.

9.3.4. Plan de calidad

A través del Plan de Calidad y en línea con el Programa Qualitur de Turisme CV, 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 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 dispone de oficinas distinguidas con el sello de Compromiso Calidad Turística, en el marco del proyecto SICTED. La Comunitat Valenciana cerró 2019 con 37 certificaciones y 47 distinciones en excelencia.

PROVINCIA	CERTIFICACIONES				DISTINCIONES	TOTAL
	Q	ISO 9001	ISO 14001	UNE 170001	SICTED	
Alicante	9	1	0	0	22	32
Castellón	9	0	1	0	10	20
València	10	6	0	1	15	32
TOTALES	28	7	1	1	47	84

Cabe señalar que, atendiendo a los datos facilitados por la Secretaria de Estado de Turismo, la Comunitat Valenciana es la segunda Comunidad Autónoma con mayor número de oficinas certificadas con la Q de Calidad Turística y de oficinas distinguidas en el SICTED.

En este sentido, Turisme CV ofrece a las administraciones locales, asesoramiento y asistencia para los procesos de implantación de los sistemas (formación, auditorías internas, sistemas de documentación, seguimiento, herramientas informáticas corporativas), entre las que destaca un foro común para la mejora continua y la innovación, el **Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info**, conformado por todas las oficinas certificadas/distinguidas y en vías de certificación.

En 2019 se celebraron dos reuniones del **Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info**:

- 26ª Reunión del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info en formato virtual, Invat.tur, Benidorm, 30 de mayo de 2019.
- 27ª Reunión del Comité de Calidad e Innovación de la Red Tourist Info, durante las XVIII Jornadas de la Red celebradas en Castellón, 28 de noviembre de 2019.

9.4 - 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, por otro, 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). Contaban a diciembre de 2019 con 27.636 27.294 registros – un 1,25 % más que en 2018-, 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.
- 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 127 páginas web en 2019.
- 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 2019 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, entre otros.

- Fan Page Tourist Info Alicante en Facebook: 2.865 seguidores (un incremento del 11 % con respecto al año anterior).
- Fan Page Tourist Info Castellón en Facebook: 5.525 seguidores (un incremento del 10 % con respecto al año anterior).
- Fan Page Red Tourist Info: 5.123 seguidores (un incremento del 5 % con respecto al año anterior).

9.5. PROYECTOS DE INNOVACIÓN

Turisme CV 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 2019 se promovieron 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 III Edición del premio a la Innovación en la Red Tourist Info.

9.5.1. Premio a la Innovación de la Red Tourist Info 2019

El premio a la Innovación Red T. 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 Petrer**, con su proyecto **«ARAIGADOS»**, ganadora del III Premio a la Innovación, 2019, en la Red Tourist Info de la Comunitat Valenciana.

El proyecto ganador representa una propuesta donde se refuerzan los valores de creatividad, hospitalidad y sostenibilidad, se generan nuevos productos y se apoyan nuevas actividades empresariales en el municipio, con un elevado grado de adaptabilidad al conjunto de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana.

- Vincula tradicionales actividades agrarias del municipio, con sus valores de sostenibilidad, a la actividad turística.
- Desestacionaliza la oferta y la demanda, y enlazando pasado y presente del municipio.
- Favorece el desarrollo local de actividades turísticas empresariales.
- Mejora la percepción del destino como destino hospitalario.

Así mismo, dado el alto nivel alcanzado por las propuestas presentadas en la edición 2019, se acordó otorgar el Accésit previsto en la Base 7ª de la Convocatoria del Premio a Tourist Info Pilar de la Horadada, con su proyecto **«Los niños, los mejores anfitriones de Pilar de la Horadada»**.

El proyecto representa una propuesta donde se persigue que el concepto de hospitalidad sea inherente al municipio y sus vecinos, a través de un amplio plan de acciones formativas, en los centros escolares del municipio, ciclos de educación infantil y primaria.

- Se reconoce una acción de presente y de futuro para la consolidación de la hospitalidad, del turismo como algo favorable para el desarrollo sostenible.
- La participación en el desarrollo turístico local a largo plazo.
- Despertar la curiosidad, y por ello la conservación y fomento, de tradiciones de Pilar de la Horadada.

9.5.2 - Nuevos productos y servicios

En 2019 se ampliaron las novedades introducidas el año anterior, tales como sistemas de mensajería instantánea -WhatsApp-, con un incremento interanual de 43 puntos porcentuales de consultas, y Tourist Info Kids, entre otros.

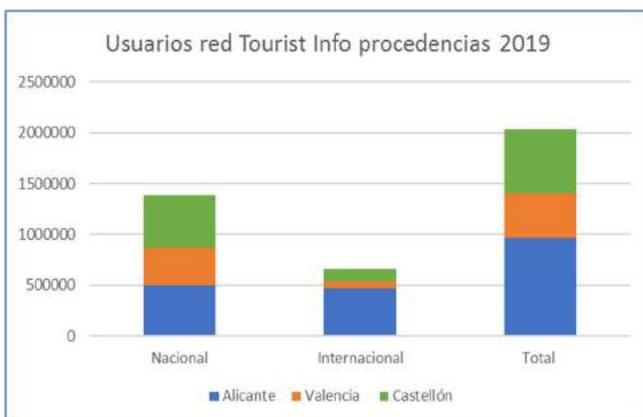
Además se reforzaron otras líneas como son:

- 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.

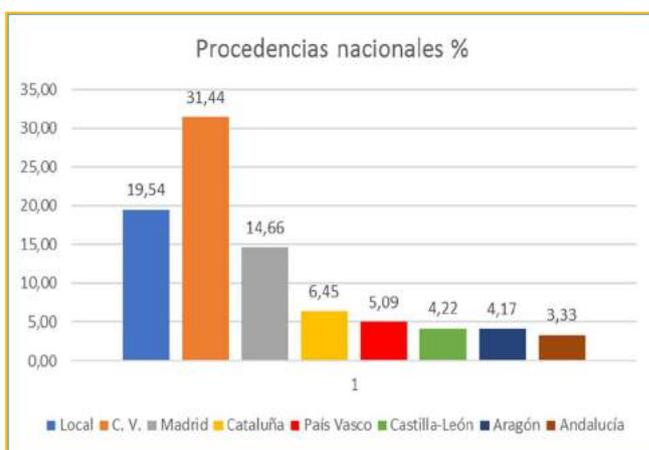
9.6. INDICADORES DE SERVICIO

9.6.1- Indicadores cuantitativos



El conjunto de la Red atendió en 2019 un total de 1.987.210 de demandas de información en destino. En total, y según el Registro estadístico de la Red fueron 2.036.510 personas las que visitaron las Oficinas y puntos de la Red. Las procedencias nacionales representan el 67,65 %. En Castellón y València, los usuarios/viajeros internacionales acuden en menor número a las Oficinas de la Red, frente a los nacionales, mientras que en Alicante se reparten casi al 50 %.

Fuente: Sistema estadístico Red Tourist Info. Elaboración propia



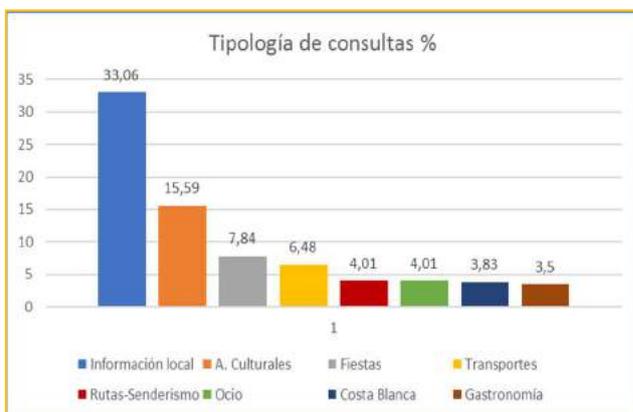
El gráfico siguiente detalla los porcentajes nacionales sobre el total de procedencias nacionales en 2019.

Fuente: Sistema estadístico Red Tourist Info. Elaboración propia.



El gráfico siguiente detalla los porcentajes internacionales sobre el total de procedencias internacionales en 2019.

Fuente: Sistema estadístico Red Tourist Info. Elaboración propia.



Por tipología de consultas recibidas, destacan las de «Información local», seguidas de «Actividades culturales», «Fiestas» y «Transportes».

El gráfico siguiente detalla los porcentajes sobre el total de consultas en 2019.

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 2019 un total de 155.050 de demandas de información en destino. En total y según el Registro estadístico de la Red Tourist Info, son 137.665 personas las que han visitado estas Oficinas.

9.6.2. Indicadores cualitativos

El proceso de la Encuesta Tourist Info correspondiente al año 2019 abarcó todos los meses del año. No obstante, se distinguen dos modelos de encuesta:

- **Encuesta de seguimiento**, donde se recoge el perfil sociodemográfico del encuestado y su valoración de la atención recibida. Esta encuesta se cumplimenta de enero a junio y de octubre a diciembre del año en curso por parte de las oficinas certificadas o distinguidas en calidad.
- **Encuesta completa o de verano**, donde además de lo reseñado para la de seguimiento, se han añadido datos de toma de decisión del viaje, alojamiento, motivaciones, etc. Este formato de encuesta se aplica del 1 julio al 15 septiembre y se cumplimentación compete al conjunto de la Red.

En 2019 se cumplimentaron un total de 12.387 cuestionarios.

OBJETIVOS DE INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA TOURIST INFO
- Conocimiento del perfil del usuario de la oficina Tourist Info objeto del estudio.
- Averiguación del grado de satisfacción del usuario de la red acerca de su visita a la Comunitat Valenciana.
- Evaluación del nivel de calidad de las oficinas Tourist Info.

A. Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente de verano

La Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente de verano procesó en 2019 un total de 6.861 cuestionarios de 130 oficinas. El 61,2 % del total de los encuestados eran residentes en España, el 38 % extranjeros (y el 0,8 % n.c.). Del total de extranjeros, el 92,10% eran residentes europeos y el 6,13% residentes americanos.

Los resultados de la encuesta no permiten 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 9,67 puntos sobre 10 -0,7 por encima de 2018- y con una media de 9,57 puntos sobre 10 -ligeramente por encima de 2018- la atención y servicios ofrecidos en las mismas.

Los usuarios de la Red Tourist Info otorgaron una puntuación media en 2019 sobre la **atención y servicios ofrecidos de 9,57 puntos**

Los usuarios de la Red Tourist Info otorgaron una puntuación media en 2019 sobre **cumplimiento de expectativas de 9,67 puntos**

Además, un 49,7 % - por encima de 2018- indicó haber visitado más de una oficina, un claro signo de fidelidad y satisfacción del servicio ofrecido por la Red Tourist Info. Un 60,1 % declaró conocer la Red Tourist Info -ligeramente por encima de los datos de 2018-, lo que significa, extrapolando este porcentaje sobre el total de usuarios de la Red -2.036.510 personas-, que cerca de 1.225.000 personas usuarias de la Red ya la conocían con anterioridad.

B. Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente de seguimiento

Por otro lado, la Encuesta Tourist Info de Satisfacción del Cliente de seguimiento procesó en 2019 un total de 5.526 cuestionarios de 27 Oficinas. El 52,8 % del total de los encuestados eran residentes en España, el 46,50 % eran extranjeros y el 0,70 % n.c. Del total de extranjeros, el 92,96 % eran residentes europeos y el 5,59 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 9,58 puntos sobre 10 -ligeramente por debajo de 2018- y con una media de 9,53 sobre 10 -0,3 por debajo de 2018- la atención y servicios ofrecidos en las mismas.

Los usuarios de la Red Tourist Info otorgan una puntuación media en 2019 sobre la **atención y servicios ofrecidos de 9,53 puntos**

Los usuarios de la Red Tourist Info otorgan una puntuación media en 2019 sobre **cumplimiento de expectativas de 9,58 puntos**

Además, un 44,40 % indicó haber visitado más de una oficina, un claro signo de fidelidad y satisfacción del servicio ofrecido por la Red Tourist Info y un 50,90 % declaró conocer la Red T. Info.

Este documento contiene la Memoria de Actividad de Turisme Comunitat Valenciana correspondiente al ejercicio 2019.

Francesc Colomer Sánchez

Presidente de Turisme Comunitat Valenciana