

**Plan  
Operativo  
del Turismo  
de la  
Comunitat  
Valenciana  
2011**



2011

## **1. El contexto turístico actual:**

- Cambios estructurales
- Turismo y evolución económica

## **2. El Plan Operativo en el marco de la estrategia turística de la Comunitat Valenciana**

## **3. Síntesis de las líneas de actuación**

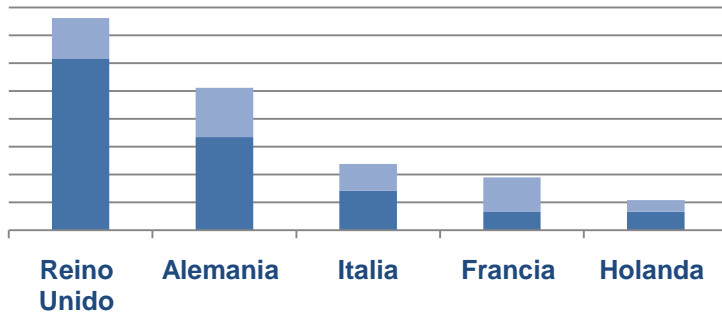
## **4. Gestión del Plan**

# Índice

# El contexto turístico actual

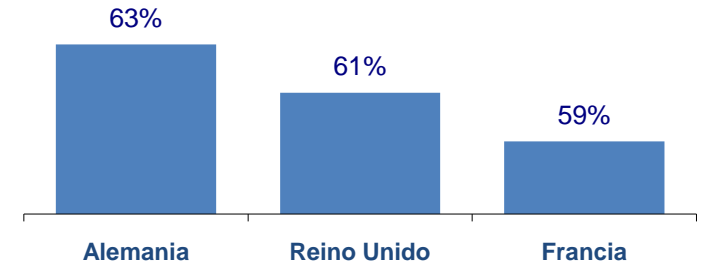
## Cambios estructurales

## Pasajeros llegados a España por vía aérea



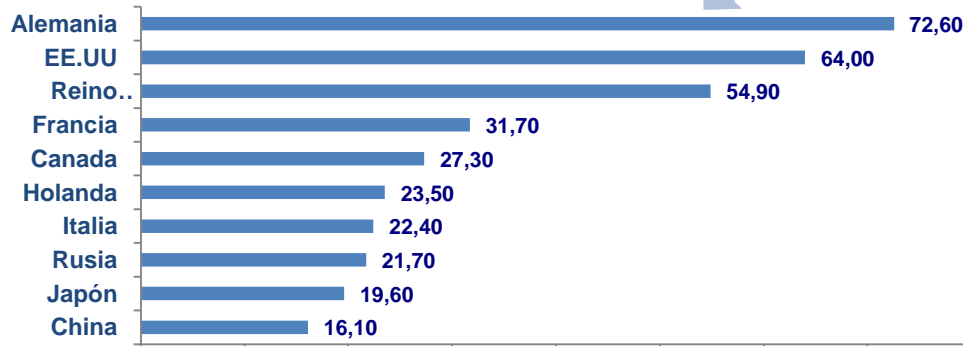
■ CBC ■ Tradicionales  
Fuente: IET a partir de AENA

## Uso de buscadores on-line en la compra de viajes



Fuente: PhoCus Wright s European Consumer Travel Report (july 2010)

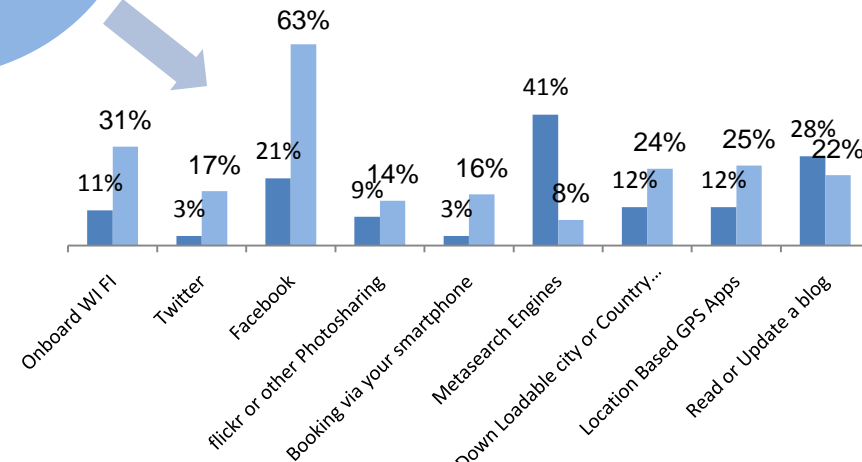
## Ranking Top 10 mercados turísticos emisores 2010



Fuente: IPK International-World Travel Monitor Company

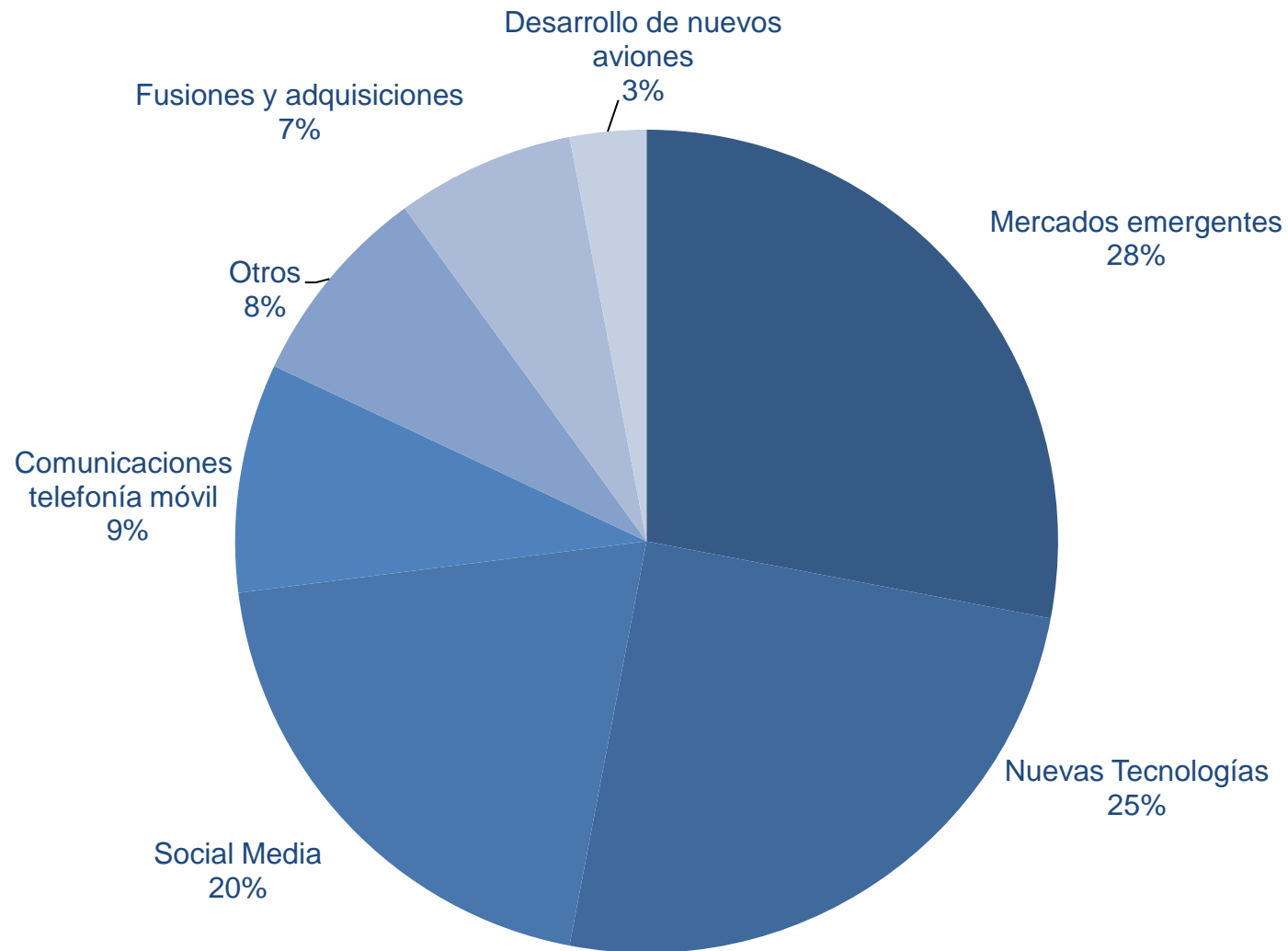
# Cambios estructurales

## ¿Qué utiliza actualmente cuando viaja internacionalmente?



■ U.S ■ NON-U.S Fuente: World Travel & Tourism Council

## Percepción de las principales oportunidades de negocio para las empresas turísticas en los próximos 5 años



Encuesta realizada a 1.257 profesionales en viajes y altos directivos de turismo  
Fuente: World TRavel Market 2010 Industry Report



# El contexto turístico actual

## Turismo y Evolución económica

# Turismo y evolución económica

## Contexto actual

Indicadores de recuperación progresiva  
en el ámbito del turismo:

Mercados emisores

Gasto medio

Ocupación

Revpar

Persistencia dinámicas

Recesión económica

## Periodo expansivo

Oferta y Demanda  
hasta 2007

## Crisis internacional

2008-2009

Contracción mercados  
emisores

Incremento turismo  
nacional

Impacto rentabilidad

Plan  
Operativo  
del Turismo  
de la  
Comunitat  
Valenciana  
2011

# El Plan Operativo en el marco de la estrategia turística de la Comunitat Valenciana

# Visión estratégica

Una visión que se construye con la **integración de políticas** para generar una actividad turística con el mayor valor añadido y garantizar su **rentabilidad económica y social**

## La atracción del territorio:

- Calidad de vida
- Conectividad
- Desarrollo sostenible
- Oferta de ocio

## La competitividad empresarial:

- Enfoque al cliente
- Calidad integral
- Diversificación productos y mercados
- Conocimiento e innovación

## La proyección de mercado:

- Fuerte posicionamiento nacional e internacional
- Identidad
- Destino experiencial
- Atractivo permanente

# Metas estratégicas

**Objetivo 2011:**

**Consolidar  
la recuperación  
Turística**

## Metas estratégicas

- Fidelización de la demanda
- Captación y diversificación de nuevos mercados y segmentos
- Contención de la tendencia a reducir la estancia media
- Reducción de la estacionalidad
- Aumento del gasto medio, con particular énfasis en el gasto en destino
- Incremento del Revpar

# La hoja de ruta: ejes estratégicos

## 1.- GESTIÓN TURÍSTICA COMO POLÍTICA GLOBAL



## 2.- COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADA



## 3.- COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL



## 4.- CAPITAL HUMANO



## 5.- SOSTENIBILIDAD



## 8.- PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN



## 7.- DISTRIBUCIÓN



## 6.- I+D+i





# Síntesis de las líneas de actuación

# Ejemplo de línea de actuación

<b>Programa</b>	<b>INTELIGENCIA COMPETITIVA</b>
Línea de actuación	Agenda estratégica de I+D+i
<b>Descripción</b>	<p>El objetivo de la Agenda Estratégica es detectar las necesidades y orientar las iniciativas en materia de I+D+i en turismo en un entorno de innovación abierto y colaborativo. La Agenda permitirá identificar las prioridades de investigación y desarrollo tecnológico del turismo y potenciar el turismo como objeto de investigación en el sistema ciencia-tecnología-empresa.</p> <p>Con la elaboración y puesta en marcha de la Agenda Estratégica de I+D+i se pretenden aunar los esfuerzos en investigación e innovación dirigidos a mejorar la eficiencia, la productividad y la modernización del sector turístico en el ámbito de la gestión, la comunicación y la comercialización turística.</p>
<b>Nivel de inversión</b>	Bajo
<b>Nivel de gestión</b>	Medio
<b>Desarrollo</b>	Redacción de la Agenda estratégica de I+D+i con una metodología participativa. Difusión y puesta en marcha de la Agenda
<b>Responsable / Agentes Implicados</b>	Conselleria de Turisme e Invat.tur / Municipios, Empresas, Asociaciones Empresariales y otras entidades. Universidades y Centros de Investigación

# 10 Retos de gestión para 2011

1. Consolidar el enfoque global de la política turística

2. Rentabilizar la mejora de la conectividad externa

3. Conseguir las condiciones más favorables para la mejora y el mantenimiento de la competitividad empresarial

4. Afianzar la diversificación de la oferta y priorizar el enfoque de producto

5. Reforzar la gestión estratégica de los destinos

6. Convertir la formación/talento en un valor diferencial del turismo de la Comunitat Valenciana

7. Sentar las bases para construir un marco de innovación abierta y colaborativa que maximice la generación y transferencia de conocimiento al sector turístico

8. Fortalecer el posicionamiento turístico nacional e internacional mediante una comunicación global eficiente y con una óptima relación coste/impacto

9. Situar la Comunitat Valenciana como un destino de referencia internacional en marketing on-line

10. Desarrollar la plataforma de comercialización on-line Open Apps y aprovechar sus utilidades para la mejora competitiva de empresas y destinos

# Retos de gestión para 2011

1. Consolidar el enfoque global de la política turística

2. Rentabilizar la mejora de la conectividad externa

3. Conseguir las condiciones más favorables para la mejora y el mantenimiento de la competitividad empresarial

4. Afianzar la diversificación de la oferta y priorizar el enfoque de producto

5. Reforzar la gestión estratégica de los destinos

6. Convertir la formación/talento en un valor diferencial del turismo de la Comunitat Valenciana

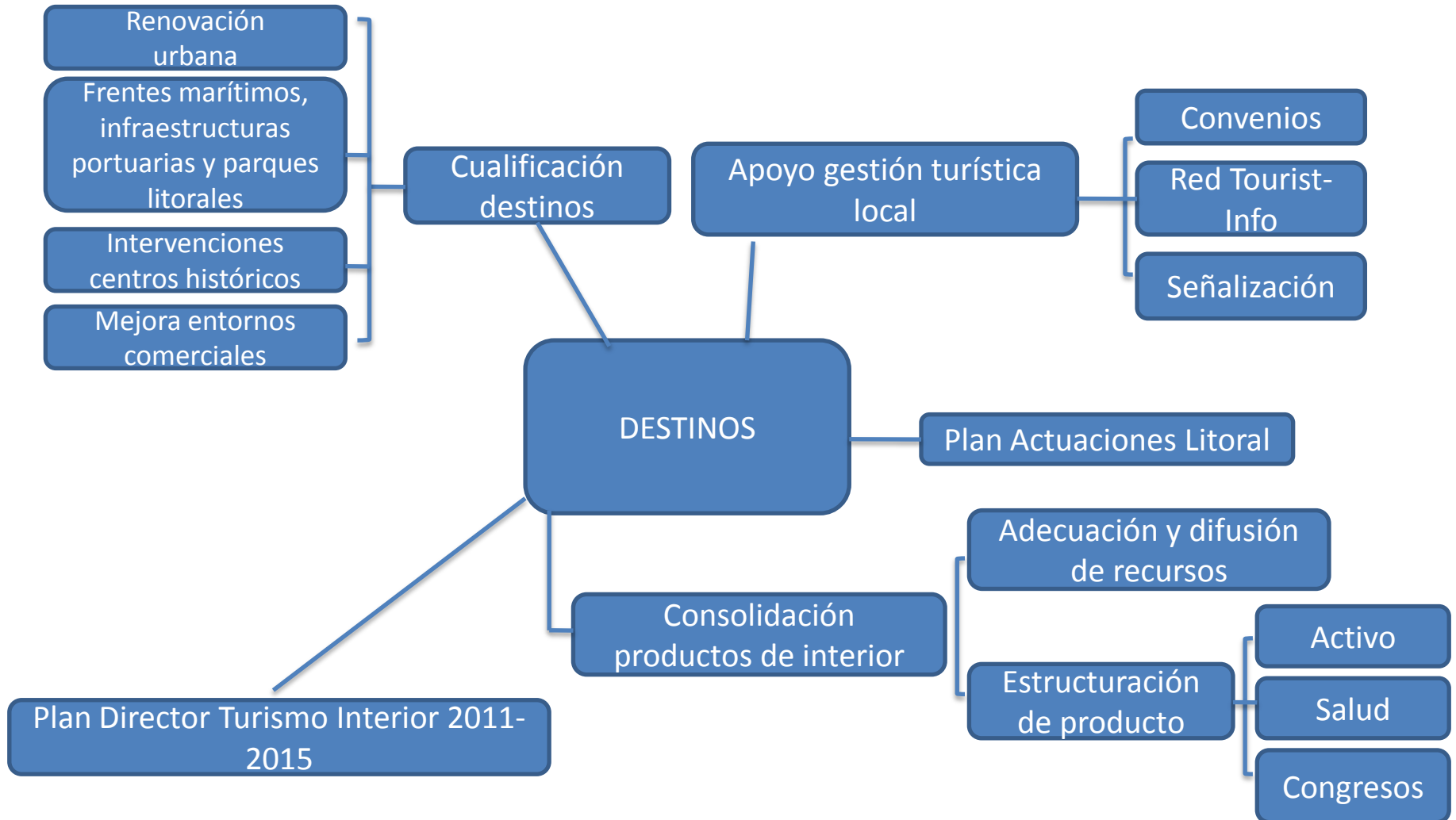
7. Sentar las bases para construir un marco de innovación abierta y colaborativa que maximice la generación y transferencia de conocimiento al sector turístico

8. Fortalecer el posicionamiento turístico nacional e internacional mediante una comunicación global eficiente y con una óptima relación coste/impacto

9. Situar la Comunitat Valenciana como un destino de referencia internacional en marketing on-line

10. Desarrollar la plataforma de comercialización on-line Open Apps y aprovechar sus utilidades para la mejora competitiva de empresas y destinos

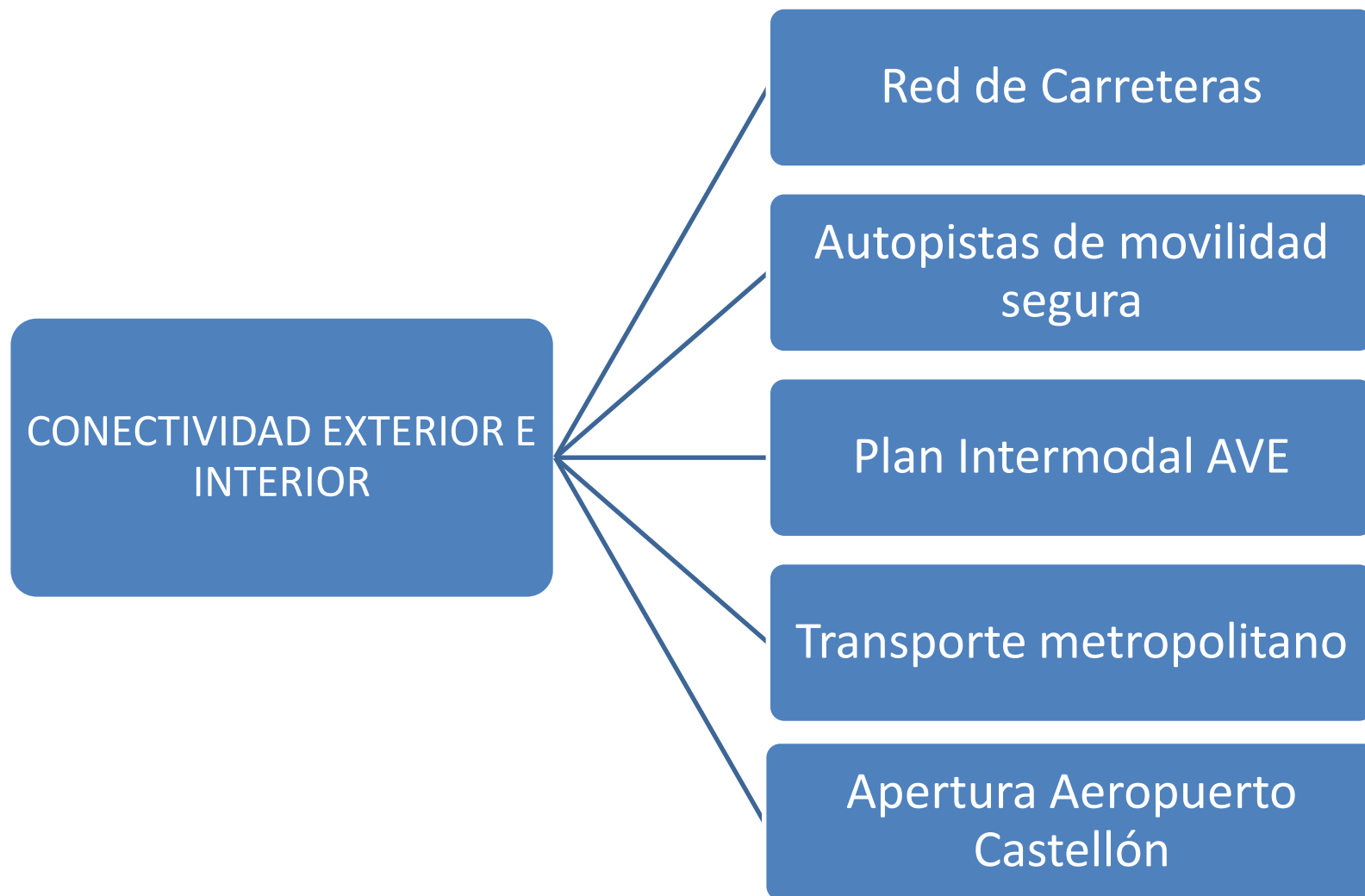
# 1. Consolidar el enfoque global de la política turística



# Retos de gestión para 2011

1. Consolidar el enfoque global de la política turística
2. Rentabilizar la mejora de la conectividad externa
3. Conseguir las condiciones más favorables para la mejora y el mantenimiento de la competitividad empresarial
4. Afianzar la diversificación de la oferta y priorizar el enfoque de producto
5. Reforzar la gestión estratégica de los destinos
6. Convertir la formación/talento en un valor diferencial del turismo de la Comunitat Valenciana
7. Sentar las bases para construir un marco de innovación abierta y colaborativa que maximice la generación y transferencia de conocimiento al sector turístico
8. Fortalecer el posicionamiento turístico nacional e internacional mediante una comunicación global eficiente y con una óptima relación coste/impacto
9. Situar la Comunitat Valenciana como un destino de referencia internacional en marketing on-line
10. Desarrollar la plataforma de comercialización on-line Open Apps y aprovechar sus utilidades para la mejora competitiva de empresas y destinos

## 2. Rentabilizar la mejora de la conectividad externa



# Retos de gestión para 2011

1. Consolidar el enfoque global de la política turística

2. Rentabilizar la mejora de la conectividad externa

3. Conseguir las condiciones más favorables para la mejora y el mantenimiento de la competitividad empresarial

4. Afianzar la diversificación de la oferta y priorizar el enfoque de producto

5. Reforzar la gestión estratégica de los destinos

6. Convertir la formación/talento en un valor diferencial del turismo de la Comunitat Valenciana

7. Sentar las bases para construir un marco de innovación abierta y colaborativa que maximice la generación y transferencia de conocimiento al sector turístico

8. Fortalecer el posicionamiento turístico nacional e internacional mediante una comunicación global eficiente y con una óptima relación coste/impacto

9. Situar la Comunitat Valenciana como un destino de referencia internacional en marketing on-line

10. Desarrollar la plataforma de comercialización on-line Open Apps y aprovechar sus utilidades para la mejora competitiva de empresas y destinos

### 3. Conseguir las condiciones más favorables para la mejora y el mantenimiento de la competitividad empresarial

#### EMPRESA EXCELENTE

Modernización y mejora competitiva  
Mejora de la productividad  
Sistemas de gestión de calidad

#### DESARROLLO NORMATIVO

Regulación / Adaptación de nuevos servicios y actividades turísticas

#### SIMPLIFICA

Reducción de cargas administrativas

#### COOPERA

Fórmulas de cooperación innovadoras  
Alianzas intersectoriales  
Turismo Senior Europa  
Planes de control de la oferta alegal

#### TURISMO ACCESIBLE

Accesibilidad integral

#### CONFIANZA EMPRESARIAL

Barómetro confianza empresarial

# Retos de gestión para 2011

1. Consolidar el enfoque global de la política turística

2. Rentabilizar la mejora de la conectividad externa

3. Conseguir las condiciones más favorables para la mejora y el mantenimiento de la competitividad empresarial

4. Afianzar la diversificación de la oferta y priorizar el enfoque de producto

5. Reforzar la gestión estratégica de los destinos

6. Convertir la formación/talento en un valor diferencial del turismo de la Comunitat Valenciana

7. Sentar las bases para construir un marco de innovación abierta y colaborativa que maximice la generación y transferencia de conocimiento al sector turístico

8. Fortalecer el posicionamiento turístico nacional e internacional mediante una comunicación global eficiente y con una óptima relación coste/impacto

9. Situar la Comunitat Valenciana como un destino de referencia internacional en marketing on-line

10. Desarrollar la plataforma de comercialización on-line Open Apps y aprovechar sus utilidades para la mejora competitiva de empresas y destinos

# 4. Afianzar la diversificación de la oferta y priorizar el enfoque de producto

## CREA PRODUCTO

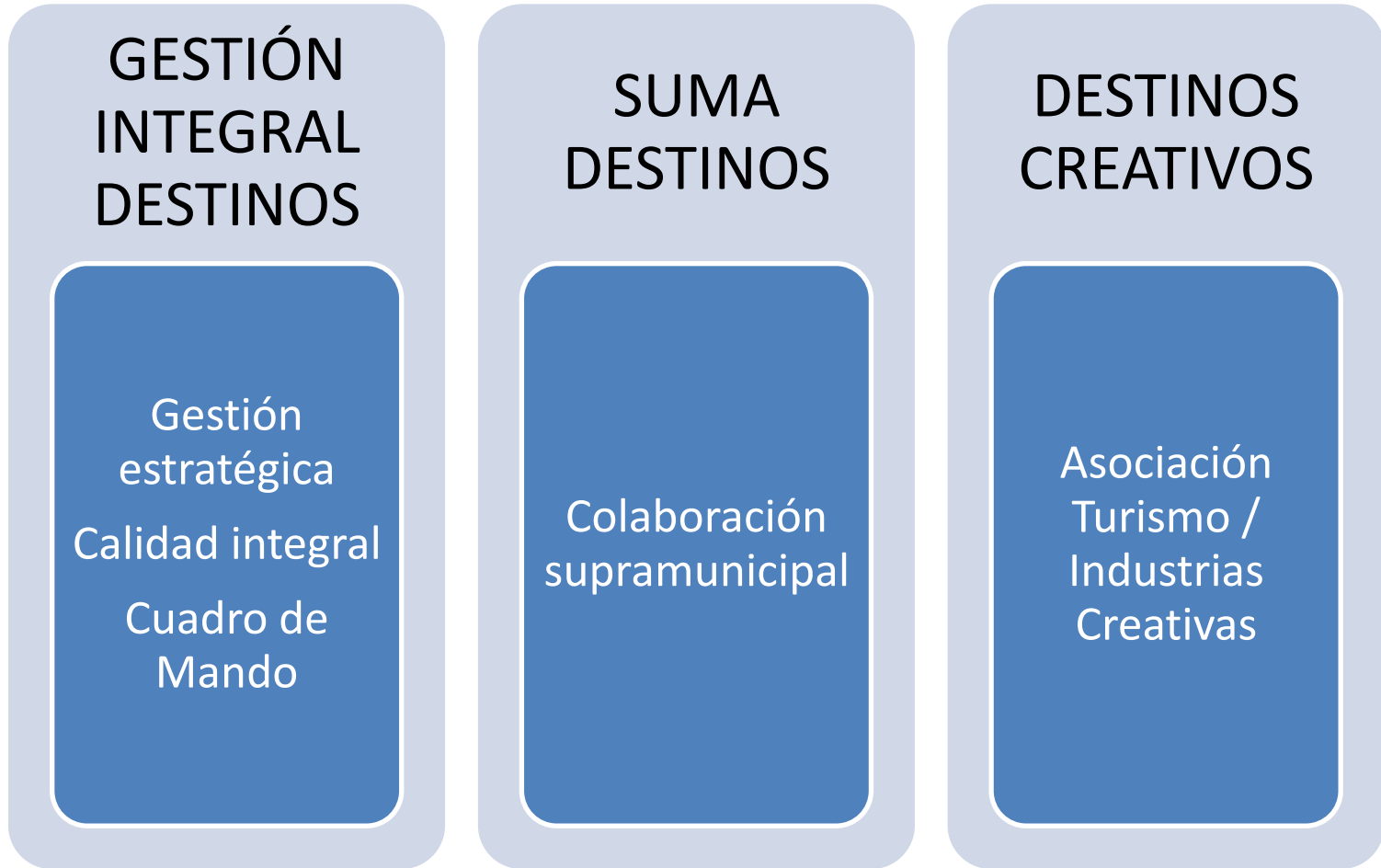
Clubes de Producto  
Lanzamiento nuevos productos

CONSELLERIAS / PRODUCTOS	Cultural	Deportivo	Grandes Eventos	Idiomático	Científico (MICE)	Salud y bienestar	Rural	Gastronómico y Enoturismo	Familiar y juvenil	Ecoturismo	Náutico	Activo	Industrial
	Industria, Comercio e Innovación								■				
Economía	■		■										
Medio Ambiente, Agua, Urbanismo y Vivienda							■			■		■	
Infraestructuras y Transporte											■		
Educación				■	■								
Cultura y Deporte	■	■	■										
Sanidad					■	■							
Agricultura, Pesca y Alimentación							■	■				■	
Bienestar Social						■			■				

# Retos de gestión para 2011

1. Consolidar el enfoque global de la política turística
2. Rentabilizar la mejora de la conectividad externa
3. Conseguir las condiciones más favorables para la mejora y el mantenimiento de la competitividad empresarial
4. Afianzar la diversificación de la oferta y priorizar el enfoque de producto
5. Reforzar la gestión estratégica de los destinos
6. Convertir la formación/talento en un valor diferencial del turismo de la Comunitat Valenciana
7. Sentar las bases para construir un marco de innovación abierta y colaborativa que maximice la generación y transferencia de conocimiento al sector turístico
8. Fortalecer el posicionamiento turístico nacional e internacional mediante una comunicación global eficiente y con una óptima relación coste/impacto
9. Situar la Comunitat Valenciana como un destino de referencia internacional en marketing on-line
10. Desarrollar la plataforma de comercialización on-line Open Apps y aprovechar sus utilidades para la mejora competitiva de empresas y destinos

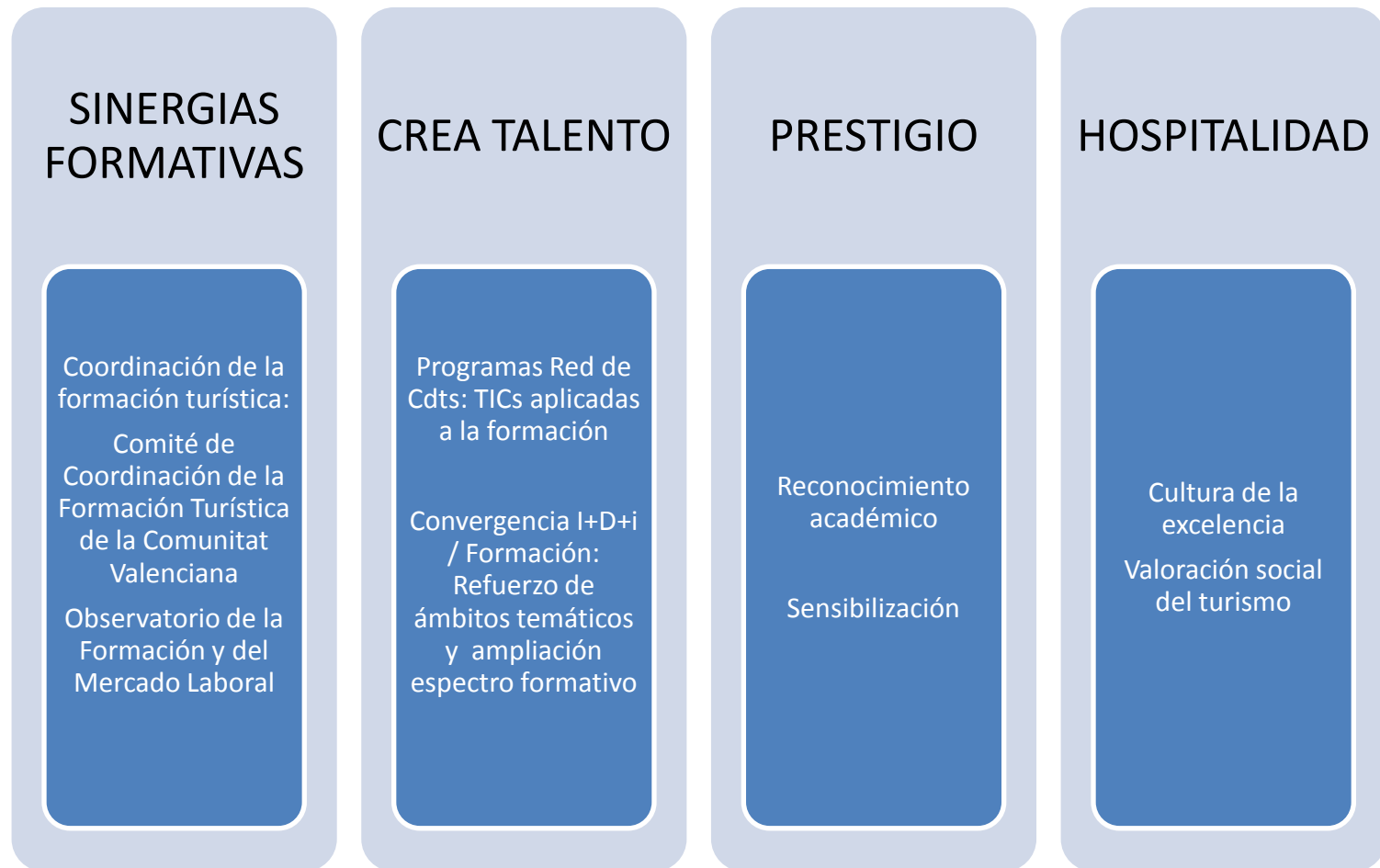
# 5. Reforzar la gestión estratégica de los destinos



# Retos de gestión para 2011

1. Consolidar el enfoque global de la política turística
2. Rentabilizar la mejora de la conectividad externa
3. Conseguir las condiciones más favorables para la mejora y el mantenimiento de la competitividad empresarial
4. Afianzar la diversificación de la oferta y priorizar el enfoque de producto
5. Reforzar la gestión estratégica de los destinos
6. Convertir la formación/talento en un valor diferencial del turismo de la Comunitat Valenciana
7. Sentar las bases para construir un marco de innovación abierta y colaborativa que maximice la generación y transferencia de conocimiento al sector turístico
8. Fortalecer el posicionamiento turístico nacional e internacional mediante una comunicación global eficiente y con una óptima relación coste/impacto
9. Situar la Comunitat Valenciana como un destino de referencia internacional en marketing on-line
10. Desarrollar la plataforma de comercialización on-line Open Apps y aprovechar sus utilidades para la mejora competitiva de empresas y destinos

## 6. Convertir la formación/talento en un valor diferencial de la Comunitat Valenciana



# Retos de gestión para 2011

1. Consolidar el enfoque global de la política turística

2. Rentabilizar la mejora de la conectividad externa

3. Conseguir las condiciones más favorables para la mejora y el mantenimiento de la competitividad empresarial

4. Afianzar la diversificación de la oferta y priorizar el enfoque de producto

5. Reforzar la gestión estratégica de los destinos

6. Convertir la formación/talento en un valor diferencial del turismo de la Comunitat Valenciana

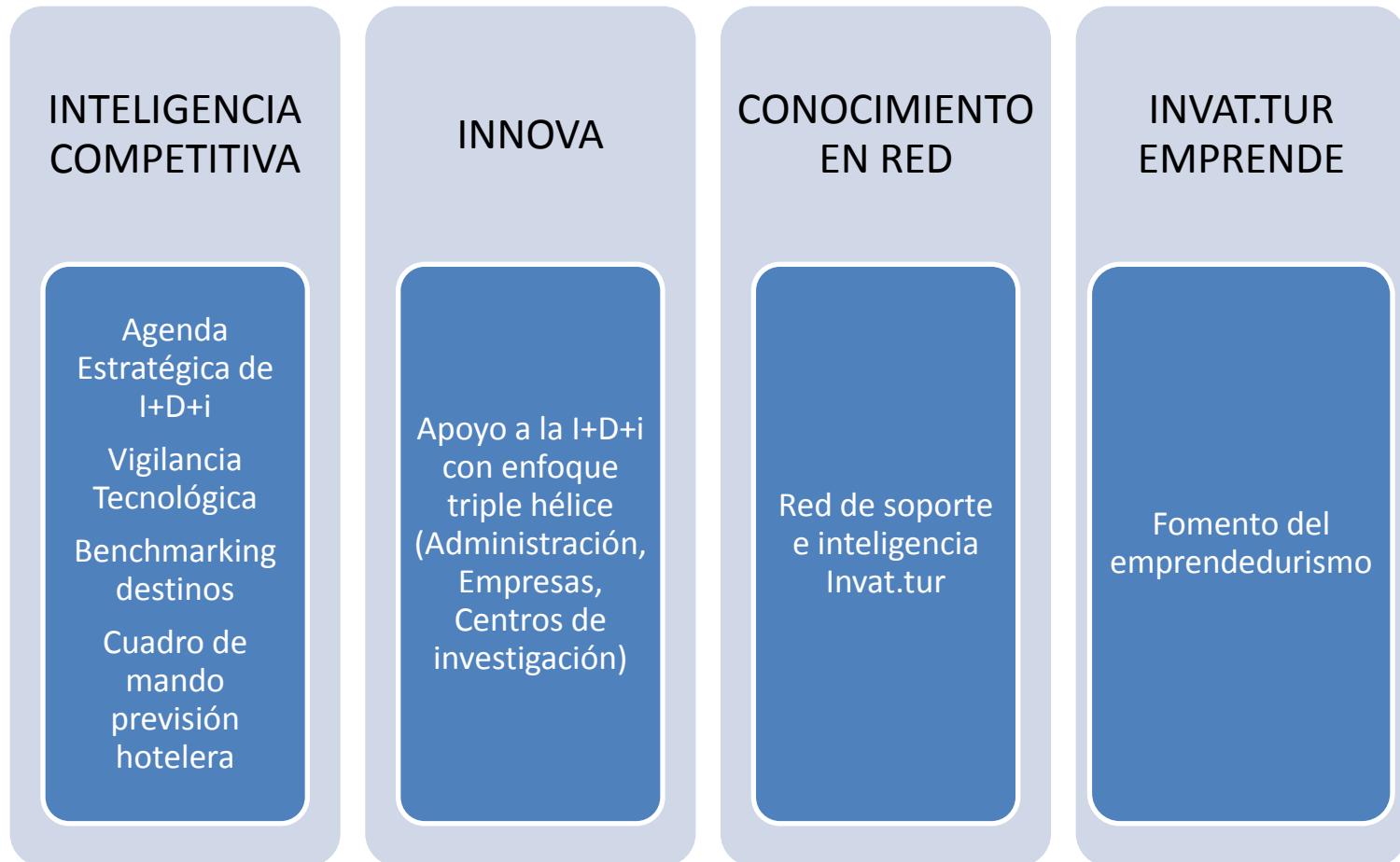
7. Sentar las bases para construir un marco de innovación abierta y colaborativa que maximice la generación y transferencia de conocimiento al sector turístico

8. Fortalecer el posicionamiento turístico nacional e internacional mediante una comunicación global eficiente y con una óptima relación coste/impacto

9. Situar la Comunitat Valenciana como un destino de referencia internacional en marketing on-line

10. Desarrollar la plataforma de comercialización on-line Open Apps y aprovechar sus utilidades para la mejora competitiva de empresas y destinos

# 7. Sentar las bases para construir un marco de innovación abierta y colaborativa que maximice la generación y transferencia de conocimiento al sector turístico



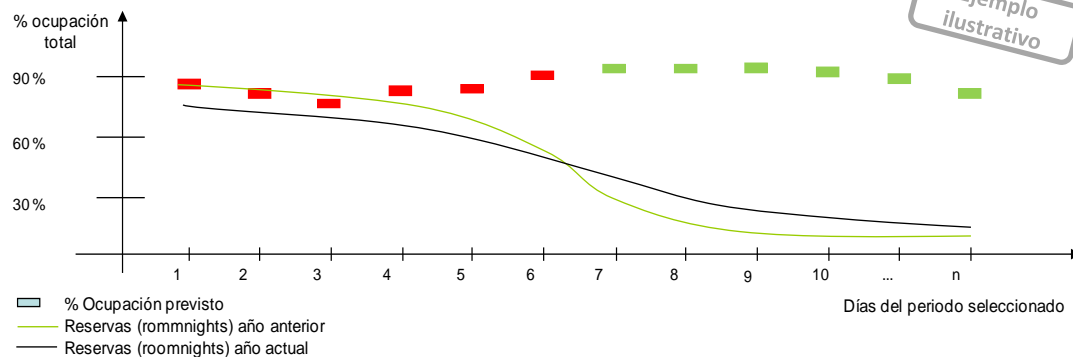
**Filtros** Permite seleccionar la información que se quiere mostrar

- Periodo**: Fechas o intervalo para el que se quiere consultar la información (la opción por defecto será el mes actual)
- Reservas a fecha**: La información mostrada será a la fecha o intervalo que se indique en el filtro (la opción por defecto será el día anterior a la fecha actual)
- Tipo de establecimiento**: Será posible seleccionar uno o varios tipos de establecimiento y/o categoría

**Navegación** Permite navegar a otras pantallas para análisis detallado

- Detalle previsión ocupación**
- Evolución ocupación**
- Pick up - Ritmo de contratación**
- Evolución Producción y tarifa**

Evolución de la ocupación prevista en el periodo a partir de las reservas realizadas en la fecha indicada



Ocupación prevista en el periodo a partir de las reservas realizadas en la fecha indicada

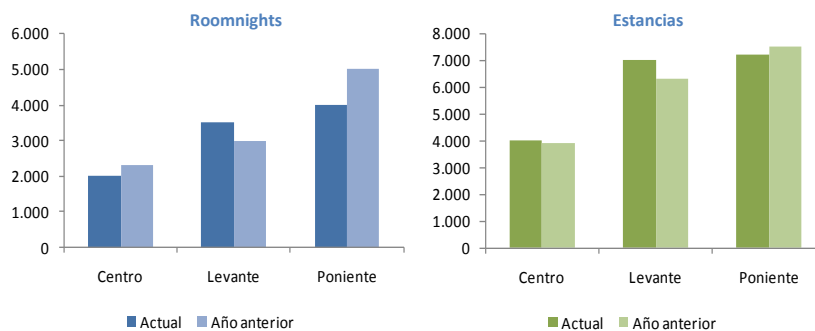
	Actual				Año anterior				Previsión		
	% Cuotas/total	Reservas (Romnights)	Disponibilidad (Romnights)	% Ocupación	% Ocupación a fecha	% Ocupación a cierre periodo	Diferencia	Ocupación a cierre (Roomnights)	% Ocupación	Ocupación (Roomnights)	% Variación vs año anterior
<b>Centro</b>	16%	10.000	50.000	20%	15%	75%	60%	37.500	80%	40.000	5%
<b>Levante</b>	49%	31.500	90.000	35%	35%	85%	50%	76.500	85%	76.500	0%
<b>Poniente</b>	35%	22.400	70.000	32%	42%	80%	38%	56.000	70%	49.000	-10%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>63.900</b>	<b>210.000</b>	<b>30%</b>	<b>33%</b>	<b>81%</b>	<b>48%</b>	<b>170.000</b>	<b>79%</b>	<b>165.500</b>	<b>-2%</b>

Indicador semafórico de la variación actual frente año anterior

Reservas realizadas en la fecha indicada con entrada en el periodo señalado

	Reservas (Roomnights)				Reservas (Estancias)			
	Actual	Año anterior	Variación	% Var.	Actual	Año anterior	Variación	% Var.
<b>Centro</b>	2.000	2.300	-300	-13%	4.000	3.910	90	2%
<b>Levante</b>	3.500	3.000	500	17%	7.000	6.300	700	11%
<b>Poniente</b>	4.000	5.000	-1.000	-20%	7.200	7.500	-300	-4%
<b>Total</b>	<b>9.500</b>	<b>10.300</b>	<b>-800</b>	<b>-8%</b>	<b>18.200</b>	<b>17.710</b>	<b>490</b>	<b>3%</b>

Reservas realizadas en fecha indicada con entrada en el periodo indicado frente a año anterior



(\* ) Diseño preliminar sujeto a cambios durante la fase de implantación

# Retos de gestión para 2011

1. Consolidar el enfoque global de la política turística

2. Rentabilizar la mejora de la conectividad externa

3. Conseguir las condiciones más favorables para la mejora y el mantenimiento de la competitividad empresarial

4. Afianzar la diversificación de la oferta y priorizar el enfoque de producto

5. Reforzar la gestión estratégica de los destinos

6. Convertir la formación/talento en un valor diferencial del turismo de la Comunitat Valenciana

7. Sentar las bases para construir un marco de innovación abierta y colaborativa que maximice la generación y transferencia de conocimiento al sector turístico

8. Fortalecer el posicionamiento turístico nacional e internacional mediante una comunicación global eficiente y con una óptima relación coste/impacto

9. Situar la Comunitat Valenciana como un destino de referencia internacional en marketing on-line

10. Desarrollar la plataforma de comercialización on-line Open Apps y aprovechar sus utilidades para la mejora competitiva de empresas y destinos

## 8. Fortalecer el posicionamiento turístico nacional e internacional mediante una comunicación global eficiente y con una óptima relación coste/impacto



# Retos de gestión para 2011

1. Consolidar el enfoque global de la política turística
2. Rentabilizar la mejora de la conectividad externa
3. Conseguir las condiciones más favorables para la mejora y el mantenimiento de la competitividad empresarial
4. Afianzar la diversificación de la oferta y priorizar el enfoque de producto
5. Reforzar la gestión estratégica de los destinos
6. Convertir la formación/talento en un valor diferencial del turismo de la Comunitat Valenciana
7. Sentar las bases para construir un marco de innovación abierta y colaborativa que maximice la generación y transferencia de conocimiento al sector turístico
8. Fortalecer el posicionamiento turístico nacional e internacional mediante una comunicación global eficiente y con una óptima relación coste/impacto
9. Situar la Comunitat Valenciana como un destino de referencia internacional en marketing on-line
10. Desarrollar la plataforma de comercialización on-line Open Apps y aprovechar sus utilidades para la mejora competitiva de empresas y destinos

## 9. Situar la Comunitat Valenciana como un destino de referencia internacional en marketing on-line

### POSICIÓNATE

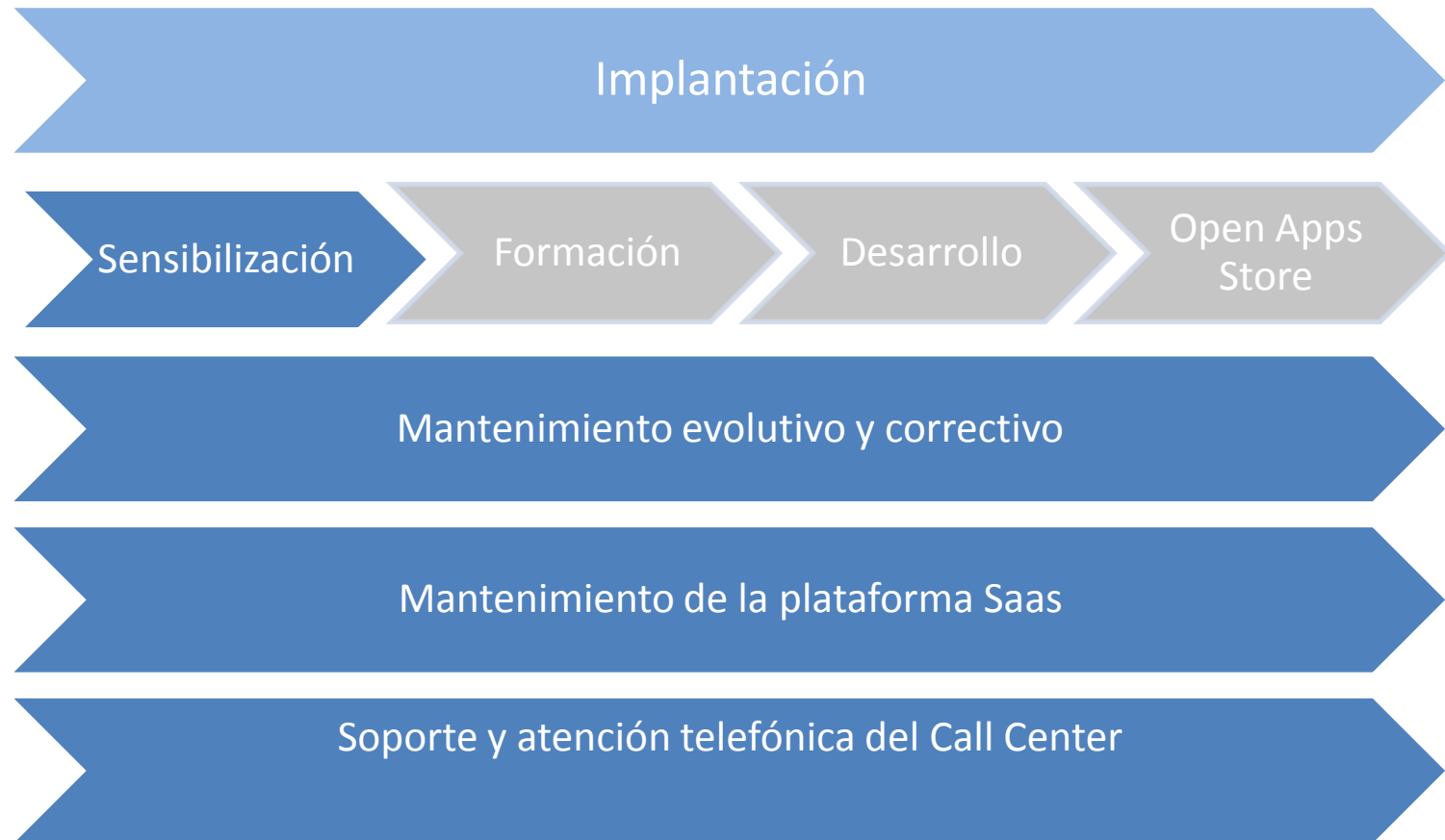
Campaña SEM y publicidad on-line  
Evolución del portal oficial y plan SEO  
Social Media Marketing:  
Blogs por producto y mercado  
UGC (User Generated Content)

Vídeo marketing  
Geoposicionamiento y realidad  
aumentada  
Mobile Marketing  
Posicionamiento y reputación on-line  
Mejora posicionamiento empresas  
CV News y soportes on-line

# Retos de gestión para 2011

1. Consolidar el enfoque global de la política turística
2. Rentabilizar la mejora de la conectividad externa
3. Conseguir las condiciones más favorables para la mejora y el mantenimiento de la competitividad empresarial
4. Afianzar la diversificación de la oferta y priorizar el enfoque de producto
5. Reforzar la gestión estratégica de los destinos
6. Convertir la formación/talento en un valor diferencial del turismo de la Comunitat Valenciana
7. Sentar las bases para construir un marco de innovación abierta y colaborativa que maximice la generación y transferencia de conocimiento al sector turístico
8. Fortalecer el posicionamiento turístico nacional e internacional mediante una comunicación global eficiente y con una óptima relación coste/impacto
9. Situar la Comunitat Valenciana como un destino de referencia internacional en marketing on-line
10. Desarrollar la plataforma de comercialización on-line Open Apps y aprovechar sus utilidades para la mejora competitiva de empresas y destinos

# 10. Desarrollar la plataforma de comercialización on-line Open Apps y aprovechar sus utilidades para la mejora competitiva de empresas y destinos





**Plan  
Operativo  
del Turismo  
de la  
Comunitat  
Valenciana  
2011**

# **Gestión del Plan**

# Gestión del plan

Eje estratégico 1 GESTIÓN TURÍSTICA COMO POLÍTICA GLOBAL			
<i>Programa: Turismo Global</i>		Nivel de inversión	Nivel de gestión
<i>Subprogramas</i>	Líneas de Actuación		
<b>Destinos</b>	Convenios con Municipios Turísticos	Red	Red
	Cualificación de destinos turísticos	Red	Red
	Red Tourist Info.	Amplio	Red
	Señalización	Amplio	Amplio
<b>Destinos Litorales</b>	Plan de actuaciones del litoral	Red	Red
<b>Destinos de Interior</b>	Plan Director de Turismo de Interior 2011-2015	Amplio	Amplio
	Adecuación y difusión de recursos turísticos	Red	Red
	Desarrollo y consolidación de productos turísticos	Red	Red
<b>Líneas Coordinadas</b>	Ordenación del territorio, sostenibilidad y calidad de vida	Red	Red
	Ordenación del territorio, sostenibilidad y calidad de vida: sanidad	Red	Red
	Ordenación del territorio, sostenibilidad y calidad de vida: seguridad	Red	Red
	Conectividad exterior e interior	Red	Red
	Grandes proyectos y eventos como eje de posicionamiento y competitividad internacional	Red	Red
	Diversificación de productos turísticos	Red	Red
	Apoyo a la competitividad empresarial	Red	Red
	Apoyo a la competitividad empresarial: colaboración con la Unión Europea	Amplio	Red
	Formación e Investigación turística de excelencia	Red	Red
	Fortalecimiento del marco de promoción exterior	Amplio	Red

# Gestión del plan

Eje estratégico 2 COOPERACIÓN PÚBLICO PRIVADA			
Programas	Líneas de Actuación	Nivel de inversión	Nivel de gestión
<b><i>Gestión Integral de Destinos</i></b>	Gestión estratégica de destinos turísticos		
	Cuadro de mando de gestión de destinos		
	Calidad integral en destino		
<b><i>Crea Producto</i></b>	Clubes de Producto		
	Lanzamiento nuevos productos		
<b><i>Suma Destinos</i></b>	Colaboración supramunicipal		
<b><i>Destinos Creativos</i></b>	Asociación del turismo con las industrias creativas		

# Gestión del plan

Eje estratégico 3 COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL			
Programas	Líneas de Actuación	Nivel de inversión	Nivel de gestión
<b>Coopera</b>	Fórmulas de cooperación innovadoras		
	Alianzas intersectoriales		
	Turismo Senior Europa		
	Planes de control de oferta alegal		
	Modernización y mejora competitiva		
<b>Empresa Excelente</b>	Mejora de la productividad		
	Sistemas de gestión de calidad		
<b>Desarrollo Normativo</b>	Regulación/Adaptación de nuevos servicios y actividades turísticas		
<b>Simplifica</b>	Reducción de cargas administrativas en el sector turístico		
<b>Confianza Empresarial</b>	Barómetro Empresarial del Turismo de la Comunitat Valenciana		
<b>Turismo Accesible</b>	Accesibilidad integral		

# Gestión del plan

Eje estratégico 4 CAPITAL HUMANO			
Programas	Líneas de Actuación	Nivel de inversión	Nivel de gestión
<b>Crea Talento</b>	Cualificación de Recursos Humanos a través de la Red de CdT de la Comunitat Valenciana	Alto	Alto
	Tecnologías de y Comunicación en la Formación Turística	Medio	Alto
	Convergencia I+D+i – Formación	Bajo	Alto
<b>Sinergias Formativas</b>	Coordinación de la Formación Turística	Bajo	Alto
<b>Prestigio</b>	Reconocimiento académico	Bajo	Medio
	Sensibilización	Medio	Medio
<b>Hospitalidad</b>	Cultura de la excelencia	Bajo	Medio
	Valoración social del turismo	Bajo	Medio

# Gestión del plan

Eje estratégico 5 SOSTENIBILIDAD			
Programas	Líneas de Actuación	Nivel de inversión	Nivel de gestión
<b>Equilibrio Sostenible</b>	Agenda de Sostenibilidad del Turismo		
	Observatorio de Sostenibilidad Turística		
	Sistemas de gestión medioambiental y etiquetas ecológicas		
	Responsabilidad Social Corporativa en Turismo (RSC)		
<b>Comunica Sostenibilidad</b>	Marketing Verde		
	Comunicación sostenible de los Espacios Naturales Protegidos		

# Gestión del plan

Eje estratégico 6			
I+D+i			
Programas	Líneas de Actuación	Nivel de inversión	Nivel de gestión
<b>Inteligencia Competitiva</b>	Agenda estratégica de I+D+i		
	Vigilancia Tecnológica		
	Benchmarking de destinos		
	Cuadro de mando de previsión hotelera		
<b>Innova</b>	Innova		
<b>Conocimiento en Red</b>	Red de soporte e inteligencia Invattur.org		
<b>Invat.tur Emprede</b>	Invat.tur Emprede		

Eje estratégico 7			
CONÉCTATE			
Programas	Líneas de Actuación	Nivel de inversión	Nivel de gestión
<b>Conéctate</b>	Desarrollo e implantación del proyecto Open Apps		

# Gestión del plan

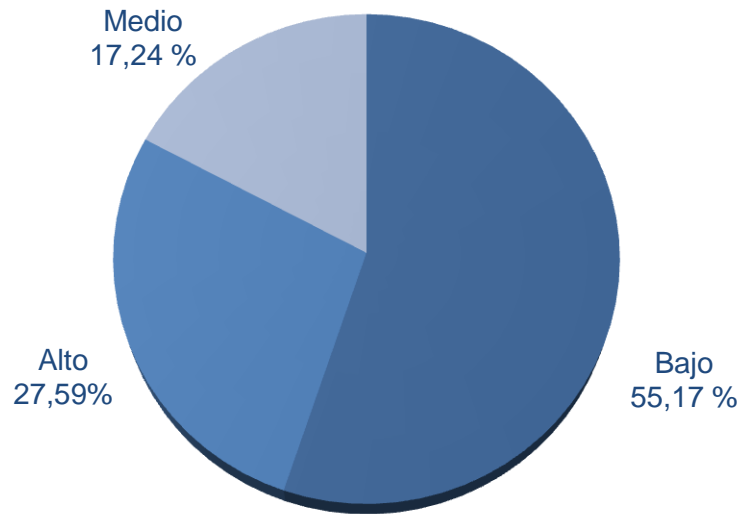
Eje estratégico 8 PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN			
Programas	Líneas de Actuación	Nivel de inversión	Nivel de gestión
<b>Comunicación Total</b>	Promoción	Red	Amplio
	Publicidad	Red	Alto
	Relaciones públicas	Amplio	Alto
	Reposicionamiento Feria Internacional de Turismo de (TCV)	Alto	Red
<b>Marketing Colaborativo</b>	Marketing conjunto con compañías aéreas	Red	Red
	Marketing conjunto con touroperadores y agentes turísticos relevantes en el plano internacional	Red	Red
	Co-marketing de productos	Red	Red
	Marketing asociativo	Red	Amplio
<b>Sistema de Información de Marketing</b>	Cuadro de mando del sector turístico	Alto	Red
	Convenio con el Instituto de Estudios Turísticos	Alto	Red
	Impacto Económico del Turismo	Alto	Alto
	Monitor de mercados	Alto	Red
	Red Tourist Info	Alto	Red

# Gestión del plan

Eje estratégico 8 PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN			
Programas	Líneas de Actuación	Nivel de inversión	Nivel de gestión
<b>Posiciónate</b>	Campaña SEM y publicidad online	Alto	Alto
	Evolución portal <a href="http://www.comunitatvalenciana.com">www.comunitatvalenciana.com</a> y plan SEO	Alto	Alto
	Social Media Marketing: red de blogs producto	Medio	Alto
	Social Media Marketing: red de blogs por mercado - "Bloggers por mercado"	Medio	Alto
	Social Media Marketing: blog-trips	Medio	Alto
	Social Media Marketing: el User Generated Content (UGC) como parte de la estrategia	Medio	Alto
	Social Media Marketing: video-marketing	Medio	Alto
	Geoportal <a href="http://www.comunitatvalenciana.com">www.comunitatvalenciana.com</a> y realidad aumentada	Alto	Alto
	Mobile marketing: desarrollo de aplicaciones	Medio	Alto
	Análisis del posicionamiento y reputación on-line de las marcas turísticas de la CV	Medio	Alto
	Mejora del posicionamiento on-line de las empresas turísticas	Alto	Alto
	CVNews y soportes on-offline	Alto	Alto
	<b>Conoce a tu cliente</b>	CRM y marketing directo	Medio
<b>Fideliza</b>	Fidelización y optimización de las relaciones con los clientes	Medio	Alto
<b>Experiencias Únicas</b>	Desarrollo de productos "experiencia Comunitat Valenciana"	Medio	Alto

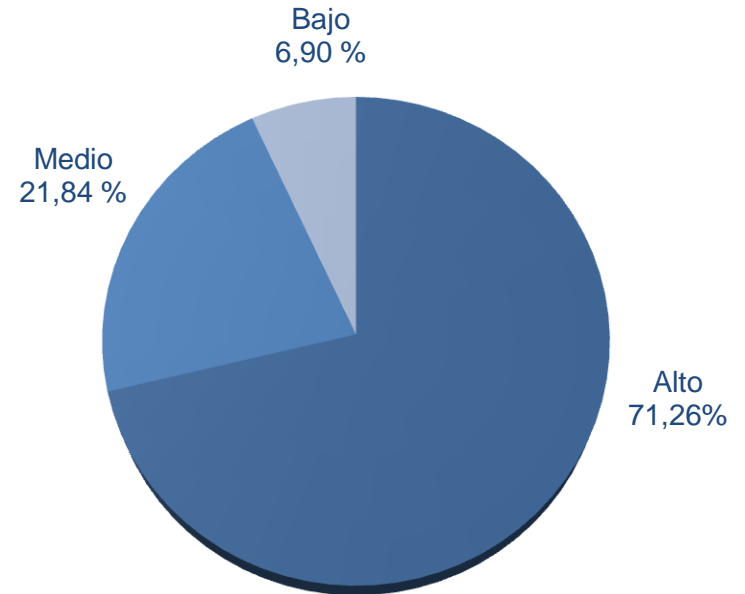
# Gestión del plan

## Nivel de Inversión Plan Operativo 2011



■ Bajo ■ Alto ■ Medio

## Nivel de Gestión Plan Operativo 2011



■ Alto ■ Medio ■ Bajo

**Plan  
Operativo  
del Turismo  
de la  
Comunitat  
Valenciana  
2011**



2011