

PROPUESTA PLAN DE ACTUACIONES 2021



AJUNTAMENT
DE VALÈNCIA

VLC VISIT
VALÈNCIA

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

ESTRATEGIA I

Crear valor para el visitante

ESTRATEGIA II

Actualizar la marca Valencia.
Promoción más segmentada
y tecnológica

ESTRATEGIA III

Un destino inteligente y sostenible

ESTRATEGIA IV

Gobernanza transparente, eficiente
y colaborativa



ESTRATEGIA I
Crear valor para el visitante

PLAN 1
Desarrollo de Programas
de Producto

VALÈNCIA CONVENTION BUREAU



Acciones dirigidas a profesionales

- Ferias: IMEX, IBTM
- Workshops: ICCA, The Meetings Space, Jornadas Directas del SCB, MCE South Europe, Pure Meetings, Break the Ice Forum, Meet & Com, Meet the Bidder, The MICE Peak y Iberian Mice Forum
- Fam trips con mercados europeos prioritarios
- Jornada Inversa del SCB de Estados Unidos y Canadá
- Apoyo a candidaturas
- Club de Embajadores de València
- Presentación a asociaciones con EU CVB Network

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Potenciar perfil LinkedIn VCB
- Plan de comunicación en medios MICE por mercados
- Gala Eventoplus
- Networking del VCB
- Video Embajadores/ Testimonials
- Asamblea SCB
- ICCA Congress
- Apoyo Evento AEGVE

Soportes y herramientas

- GDS Index (sostenibilidad)
- Relanzamiento: campaña audiovisual VCB
- Mantenimiento www.valenciaconventionbureau.com
- Nuevo CRM para mejorar el marketing digital

PLAN 1
Desarrollo de Programas
de Producto

CULTURA Y OCIO



Apoyo a agenda cultural y eventos propios

- Renovación visitas guiadas propias y 2ª edición de Fest/IN
- Fallas, Intramurs (milenio muralla árabe), Festival Volumens, Abstracte, TIIM (Jornadas Turismo e industria musical), Abierto València, European Design Awards, Año Jubilar del Santo Cáliz, Open House y Feria de Julio
- Centro interpretación Santo Cáliz durante Año jubilar (Aula Grial)

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Press trips multimercado: Año Jubilar del Santo Cáliz
- Press trips especializados en diseño, música y arte
- Experiencia Geocaching Ruta del Grial
- Acciones conjuntas con València Capital del Diseño 2022
- Campaña difusión relato cultural
- 25 aniversario Lonja patrimonio de la humanidad por Unesco
- Feria CM Málaga (Cities & Museums)
- Acción hermanamiento València Bolonia

Soportes y herramientas

- Actualización del mapa de bicicletas incorporando nuevas intervenciones artísticas de Abstracte.
- Nueva campaña audiovisual del Santo Grial
- Creación landing page València Capital del Diseño 2022
- Creación nuevas publicaciones, guía/mapa Diseño en València
- Difusión agenda cultural de la ciudad en visitvalencia.com
- Mejora interpretación patrimonio

PLAN 1
Desarrollo de Programas
de Producto

VLC GASTRONOMÍA



Agenda anual de eventos gastronómicos

- World Paella Day, Fest/n, Valencia Culinary Festival, dos ediciones de Valencia Cuina Oberta, Mostra de Vins, Día Mundial de la Tapa, Semana de la Paella, Jornada de Arroces Marineros y Gastrónoma. Gala Michelin, Apoyo a la Gala Cacau D'or y Meat Carnival.

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Plan de comunicación gastronómica
- Participación en foros de Saborea España y OMT

Promoción en mercados

- Participación en Madrid Fusión junto a L'Exquisit Mediterrani
- Acciones gastronómicas en mercados (Día Mundial de la Tapa y World Paella Day)
- Viajes de prensa gastronómicos
- Colaboración con MICE: Acciones de gastronomía en mercados de la mano del SCB

Creación y comercialización de productos enogastronómicos

- Colaboración con Tardor a L'horta (Carraixet) y Ruta de l'Horta
- Promoción de los nuevos productos "delivery" y "take away"

Soportes y herramientas

- Blog València Cuina Oberta
- Actualización de la Marca Cuina Oberta/Guía interactiva València Gastronómica
- Mantenimiento sección gastronómica visitvalencia.com . Actualización de la web

PLAN 1
Desarrollo de Programas
de Producto

VLC
SPORTS



Agenda anual de eventos deportivos

- Apoyo Eurobasket 2021, Hockey World Series, Media y Maratón, Valencia Boat Show, Copa del Mundo de Triatlón, Mundial +30 Basket, Marcha Ciudad VLC, Optiorange, Copa del Rey de Vela y muchos otros más.

Acciones dirigidas a profesionales

- Asistencia a ferias del sector: IGTM
- Fam trips con operadores de golf, fútbol, básquet, ciclismo, náuticos y multideporte
- Visitas de inspección con federaciones y clubs deportivos para atraer eventos nacionales e internacionales
- Acciones de promoción para la candidatura de València Gay Games 2026 y sus respectivas visitas de inspección
- Acciones de co-marketing con marcas deportivas
- Encuentro profesional de turismo náutico y deportivo

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Press trips: VLC Boat Show, Maratón VLC, Copa del Mundo Triatlón VLC, Marcha Ciudad VLC, Eurobasket 2021, etc.
- Promoción de València como ciudad deportiva segura en medios especializados

Creación y comercialización experiencias turísticas deportivas

Soportes y herramientas

- Mantenimiento sección sports visitvalencia.com
- Merchandising y soportes para deportes específicos

PLAN 1
Desarrollo de Programas
de Producto

VLC **SHOPPING**



Agenda anual de eventos

- Shopening Night, dos ediciones anuales
- Día Europeo de la artesanía (abril)
- Semana de la artesanía (diciembre)

Acciones dirigidas a profesionales

- Comercialización de las rutas Made in València
- Acciones formativas, de sensibilización de comercios (SICTED)
- Networking y visitas de inspección a comercios asociados con prescriptores

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Campaña de Navidad
- Summit Shopping & Economy
- Plan de comunicación en medios y press trips con medios especializados en tendencias
- Acciones puntuales con influencers
- Difusión en redes sociales con especial incidencia en mercados europeos

Soportes y herramientas

- Actualización de la sección de Shopping en la Guía Turística y actualización del plano específico shopping
- Participación en “ruta del diseño WDC 2022”, en el que aparezcan establecimientos que destaquen por su implicación con el diseño.
- Canalizar ofertas/ promociones/ campañas a través de la tarjeta València On

PLAN 1
Desarrollo de Programas
de Producto

MEDICAL DESTINATION



Acciones dirigidas a profesionales

- Organización de Encuentro Profesional internacional en València
- Ferias: IMTJ Medical Travel Summit y World Medical Tourism Congress y otros eventos similares de relevancia.
- Fam trips: con posibles operadores de Rusia, Alemania, Reino Unido y Holanda- en colaboración con ICEX

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Calendario de creación de contenidos de calidad sobre temáticas que ofrezcan los asociados del programa, para difundir en LinkedIn y colgar en la sección de la web de València Medical Destination (tipo artículo de blog).
- Acciones transversales con otros programas de producto como Sports o VCB

Promoción en mercados

- Presencia del programa en presentaciones del destino València
- Promoción de Valencia como destino para tratamientos de fertilidad

Soportes y herramientas

- Actualización del apartado específico en visitvalencia.com
- Audiovisual del producto
- Merchandising propio del programa: gel hidroalcohólico o caja/bolsa para guardar la mascarilla.
- Nuevo CRM para mejorar el marketing digital

PLAN 1
Desarrollo de Programas
de Producto

UNIQUE
VALÈNCIA



Acciones dirigidas a profesionales

- Asistencia a la Feria ILTM en Cannes
- Marketing relacional y digital con intermediarios
- Relanzamiento de la nueva marca transversal a través de acciones del resto de productos

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Difusión mediante las Agencias de Comunicación y a través de redes sociales en 8 idiomas
- Campañas de co-marketing online con marcas y medios exclusivos
- Inclusión de experiencias “UNIQUE” en press trips y famtrips

Acciones en mercados

- Promoción a través de todas las acciones en mercados

Soportes y herramientas

- Relanzamiento de la nueva marca Unique València
- Actualización del catálogo digital de experiencias “Unique” en la web uniquevalencia.com
- Producción de nuevo reportaje fotográfico y micro videos de experiencias

PLAN 1
Desarrollo de Programas
de Producto

VALÈNCIA NATURALEZA



Análisis estratégico y de diagnóstico del producto

- Coordinación de la estrategia turística con Administraciones Públicas, Parques Naturales y empresas privadas.

Acciones de comunicación y con profesionales

- Plan de comunicación en medios
- Press trips: mostrar espacios y parques naturales en los programas con medios específicos y también generalistas
- Fam trips: con operadores de birdwatching y turismo activo

Soportes y herramientas

- Mantenimiento visitvalencia.com
- Merchandising
- Soportes específicos: folletos, fotografías y videos: Parque Natural de la Albufera, L'Horta de València, Jardines del Turia y Parque Natural del Turia, Jardines de València.

Creación de paquetes en turoperadores y agencias de viajes

PLAN 1
Desarrollo de Programas
de Producto

IDIOMÁTICO Y DE ESTUDIOS



Acciones dirigidas a profesionales

- Fam trips con operadores idiomáticos y de estudios
- Asistencia a ferias del sector en visita de inspección (ICEF, NAFSA, etc.)
- Creación de una comunidad informativa online para Erasmus en València
- Planificación de la futura Semana de Estudios en València
- Prospección de agentes y prescriptores de estudios

Promoción en mercados

- Difusión del programa y la oferta educativa en presentaciones de destino
- Acciones de colaboración con Erasmus Student Network (ESN)
- Promoción en medios de comunicación específicos
- Jornadas de aprender Español con el Instituto Cervantes

Soportes y herramientas

- Nueva sección web en visitvalencia.com: Estudiar y trabajar en Valencia
- Soportes específicos: folleto, fotografías y videos

PLAN 1
Desarrollo de Programas
de Producto

FILM **OFFICE**



Acciones dirigidas a profesionales

- Acciones directas: Fitur Cine/Screen Tourism, AFCI Week, Cannes Marché du Film, Conecta Fiction, Festival de Cine de San Sebastián y Focus Londres.
- Acciones inversas: Fam trips con profesionales de la industria audiovisual nacionales e internacionales, scoutings para buscar localizaciones.
- Apoyo a solicitudes de rodaje: espacios públicos y privados
- Búsqueda y activación de nuevas localizaciones

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Inserciones publicitarias en medios especializados
- Pertenencia a asociaciones nacionales, europeas e internacionales: Spain Film Comission, European Film Comission Network, Association Film Comission International y Locations Managers Guild International
- Participación en Jornadas sobre el sector audiovisual

Apoyo a festivales de cine locales

- Cinema Jove, La Mostra y La Cabina, VLC Pitch Forum

PLAN 1
Desarrollo de Programas
de Producto

FILM OFFICE



Soportes y herramientas

- Actualización rutas de cine
- Mantenimiento sección film office en visitvalencia.com
- Producción de material promocional

Año Berlanga

- Diseño y lanzamiento Ruta de Cine especial
- Contenidos web y material específico promocional
- Apoyo a acciones especiales: Gala Goyas, Encuentro Guionistas, etc

PLAN 1
Desarrollo de Programas
de Producto

VLC
CRUISES



Acciones dirigidas a profesionales

- Ferias: Seatrade Cruise Global, CLIA Executive Partner Summit, CLIA Port and Destination Forum, Seatrade Europe Hamburgo, CLIA Port and Destination Summit e International Cruise Summit.
- Fam trips con navieras europeas (APV) y norteamericanas (Turespaña)

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Press trips con medios especializados

Promoción en mercados

- Visitas y presentaciones comerciales conjuntas con la Autoridad Portuaria de Valencia (posibilidad de realizarse con reuniones online)

Soportes y herramientas

- Reedición guía digital profesional de cruceros

Seminarios de información

- Seminarios de información al sector local sobre cruceros

Acciones de bienvenida a pie de barco

PLAN 2

Innovación y mejora en la atención al turista

VALÈNCIA MARKETPLACE (SISVENTUR CLOUD)



- Finalizar la unión de los sistemas de ventas
- Extender sistema de ventas a las empresas
- Unión sistema de ventas con Hubspot
- Unión sistema de ventas con CRM

PLAN 2

Innovación y mejora en la atención al turista

MEJORA EN LA ATENCIÓN E INFORMACIÓN EN DESTINO



- Análisis, evaluación y mejora del valor añadido que aportan las Tourist-info al turista
- Integración de las oficinas al nuevo ecosistema digital: sistemas de atención, espacios expositivos y fronts de venta.
- Incorporación a las oficinas de nuevos sistemas de sostenibilidad y accesibilidad
- Proporcionar herramientas tecnológicas a turistas con necesidades especiales para mejorar su experiencia

PLAN 2

Innovación y mejora en la atención al turista

LA VALÈNCIA TOURIST CARD



- Gestión de la tarjeta 100% digital
- Integración de la tarjeta en la APP con funcionalidades añadidas
- Digitalización de la tarjeta 7 días sin transporte
- Analítica de datos y gestión de flujos de 2020 y 2021



ESTRATEGIA II
Actualizar la marca.
Promoción más segmentada y tecnológica

PLAN 3

Actualización de la marca y modernización de soportes y herramientas

ACTUALIZACIÓN Y VALORIZACIÓN DE LA MARCA DESTINO



- Consultoría avanzada de acompañamiento y aplicación del plan de marketing digital
- Creación del marco teórico de la Big Idea València
- Nueva segmentación de clientes post-covid
- Nuevo posicionamiento y campaña creativa
- Plan editorial anual por productos y mercados vinculado a la estrategia de Inbound marketing
- Estrategia de redes sociales y medios ganados vinculada al plan editorial y orientada a visibilizar al sector e instituciones

PLAN 3

Actualización de la marca y modernización de soportes y herramientas

DIGITALIZACIÓN Y MODERNIZACIÓN DE SOPORTES Y HERRAMIENTAS



- Actualización de la tecnología de la página web para mejorar su funcionamiento y gestión
- Portal privado para asociados desde la web conectado al CRM
- Incorporación de una App de última generación con funcionalidades avanzadas
- Mejora de SISVENTUR a través de formación y mantenimiento continuos

PLAN 4

Refuerzo de la promoción y comercialización de València

MANTENIMIENTO ACCIONES FOMENTO CONSUMO LOCAL



- Promoción Tarjeta València On
 - Campañas comunicación
 - Ofertas flash
 - Ampliación empresas y entidades involucradas
- Refuerzo de comunicación y acciones de promoción en eventos de programas de producto que tengan lugar en València: gastronómicos, deportivos, culturales, naturaleza, etc.
- Apoyo a eventos y actividades para residentes organizados por otras entidades
- Acciones de comunicación para estimular consumo turístico local

PLAN 4

Refuerzo de la promoción y comercialización de València

LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

ESPAÑA

Acciones en canales profesionales

- Ferias: FITUR y workshops de CEAV.
- Acciones de comarketing con OTAS y aerolíneas

Acciones para público final

- Co-marketing con Vueling y Renfe (Red Ciudades AVE)
- Campañas en mobiliario exterior en Madrid y Barcelona
- Viajes de prensa
- Acciones World Paella Day – Restaurant Week nacional en colaboración con los destinos de Saborea España

ITALIA

Acciones en canales profesionales

- Ferias: Roma Travel Show, TTG Travel Experience, así como distintos eventos virtuales de carácter promocional-
- Workshops Aeropuerto Bari y/o Venecia, y Roadshow Turespaña Roma, Florencia, Bolonia y Turín.
- Campaña para estimular el turismo MICE y otras acciones con prensa turística y el trade.
- Otras acciones directas: World Paella Day

Acciones para público final

- Campañas en primavera, verano y otoño.
- 40 aniversario del hermanamiento Bolonia-Valencia
- Press trips y acciones de comunicación: medios relevantes como La Repubblica o Radio Uno Rai e influencers de blogs como The Smart Traveller o Sulle Strade del Mondo

PLAN 4

Refuerzo de la promoción y comercialización de València

LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

HOLANDA Y BÉLGICA

Acciones en canales profesionales

- Webinars y presentaciones de destino online
- Acciones de promoción con Brussels Airlines (nueva ruta Bruselas)
- Acciones gastro: Día Mundial de la Tapa y World Paella Day

Acciones para público final

- Acciones de co-marketing con aerolíneas, turoperadores, OTAs, portales y/o medios.
- Campañas de activación temporada Primavera y otra Verano/Otoño
- Press trips y acciones de comunicación en portales y medios

REINO UNIDO E IRLANDA

Acciones en canales profesionales

- Ferias: World Travel Market
- Programa de relaciones públicas con operadores culturales y cosmopolitas: Impulso Promoción World Design Capital y Ruta del Grial
- Campañas de protección de marca en etapa Brexit con OTA's y TTOO

Acciones para público final

- Campañas de co-marketing vinculadas a la conectividad aérea
- Programa de relaciones publicas y generación de contenidos con medios generalistas y de viajes.
- Campaña de estímulo en rrss con influencers cosmopolitas y urbanos

PLAN 4

Refuerzo de la promoción y comercialización de València

LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

ALEMANIA, AUSTRIA y SUIZA

Acciones en canales profesionales

- Ferias: ITB online
- Fam trips con Willy Scharnow-Stiftung y ttoo LGTB y de turismo deportivo
- Formación online de agencias de viajes
- Presentación de destino entorno al World Paella Day

Acciones para público final

- Acciones de comarketing con el Grupo Lufthansa
- Campañas en primavera, verano y otoño con distintos colaboradores: agencias de viajes, aerolíneas, etc.
- Campañas de publicidad exterior
- Press trips: turismo de compras, LGTB y deportivo; además de Ruta del Grial y Capital del Diseño.

FRANCIA

Acciones en canales profesionales

- Ferias: IFTM Top Resa
- Suscripción a plataforma de prensa TravMedia
- Campaña para estimular el turismo MICE y otras acciones con prensa turística y el trade.
- Otras acciones directas: World Paella Day

Acciones para público final

- Campañas en primavera, verano y otoño con distintos colaboradores: agencias de viajes, aerolíneas, etc.
- Press trips: medios como Marie France o Le Temps d'un Voyage, y algún blog relevante como Solcito.fr, From Yukon, Les Globe Blogueurs o A taste of my life

PLAN 4

Refuerzo de la promoción y comercialización de València

LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

RUSIA / TURQUÍA / EUROPA DEL ESTE

Acciones en canales profesionales

- Ferias: UITT Kiev
- Jornadas directas Turespaña Polonia (Varsovia y Cracovia) y Rusia (Moscú, Kazán, San Petersburgo)
- Webinar turismo náutico Rusia
- Evento virtual para agentes y turoperadores: Turquía

Acciones para público final

- Press trips Ucrania y otros
- Acciones con redes sociales en ruso
- Colaboración con National Geographic Rusia
- Viaje de prensa: cadena de TV rusa NTV..

PAÍSES NÓRDICOS

Acciones en canales profesionales

- Acciones de comunicación en colaboración con las Oficinas de Turespaña
- Fam trips y acciones de co-marketing

Acciones para público final

- Viajes de prensa
- Acciones en redes sociales con las Oficinas de Turespaña

PLAN 4

Refuerzo de la promoción y comercialización de València

LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

AMÉRICA

Acciones en canales profesionales

- Nueva agencia de comunicación y RR.PP. en Estados Unidos
- Jornadas de Turespaña.
- Presentaciones de destino en Estados Unidos y Argentina.
- Famtrips: Estados Unidos.
- Webinar para agentes y turoperadores: Canadá.

Acciones para público final

- Acciones directas: Día de la Tapa y World Paella Day en Mercado Little Spain Nueva York
- Campaña online sobre turismo deportivo en Brasil
- Campaña redes sociales en Canadá
- Presstrips: Estados Unidos, y Argentina (Guía de València para Argentina y América Latina)

ASIA / AUSTRALIA / ORIENTE PRÓXIMO

Acciones en canales profesionales

- Presentaciones de destino online en China, EAU, India y SEA.
- Jornadas de Turespaña en China
- Roadshow por ciudades hermanadas en China (Xian, Chengdu y Guangzhou)
- Acciones junto a la Asociación Hispano Japonesa de Turismo
- Evento virtual para agentes y turoperadores: Turquía e Israel

Acciones para público final

- Redes sociales y marketing digital en chino
- Campaña online en India.
- Acciones directas: World Paella Day
- Presstrips India

PLAN 5

Mejora de la conectividad

MARKETING RELACIONAL Y ACCIONES CON AEROLÍNEAS



Mejora de la conectividad

- Marketing relacional apoyado en el nuevo CRM
- Nueva campaña audiovisual para reactivar la conectividad destacando el pasado preCovid y las expectativas de futuro
- Campaña en medios sectoriales: *anna.aero*, *Routes news*, etc.
- Presencia en los principales foros: *Europe Routes* en Bergen y *World Routes* en Milán
- Colaboración en el VI FLY València Meeting con CEAV
- Co-marketing con aerolíneas y aeropuertos para consolidar las conexiones existentes
- Campañas locales en mobiliario público



ESTRATEGIA III
Un destino inteligente y sostenible

PLAN 6

València, un destino más inteligente

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN SISTEMA DE GESTIÓN DEL DESTINO (SGD)



- Puesta en funcionamiento de un CRM orientado a asociados y mercados
- Nuevas soluciones de gestión interna: Enterprise Resource Planning (ERP) y herramientas de control procesos administrativos y legales
- Monitorización de la gestión interna con métricas de seguimiento y cuadros de mando
- Establecer un Project Management Office (PMO) que participe en la gestión del plan de digitalización

PLAN 6

València, un destino más inteligente

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA



- Nuevas funcionalidades del SIT
 - Interfaz adaptada a dispositivos móviles
 - Presentaciones de datos prediseñadas
- Ampliación de cuadros de mando incorporando nuevas fuentes públicas de big data
- Elaboración de material divulgativo sobre el SIT

PLAN 7

València, sostenibilidad y calidad de vida

UN DESTINO SOSTENIBLE Y ACCESIBLE



DESTINO SOSTENIBLE

- Estrategia de sostenibilidad turística: diseño consensuado de acciones de cumplimiento de los ODS.
- Plan de descarbonización de la actividad turística: sistema de etiquetado inteligente de huella de carbono.
- Plan de reducción de la huella hídrica del destino.
- Certificaciones internacionales de sostenibilidad del destino.

DESTINO ACCESIBLE

- Mejora de soportes de promoción de la oferta accesible del destino
- Avances en accesibilidad en oficinas de atención al visitante.
- Participación en el Plan de Turisme Accesible de la Comunitat Valenciana 2021-2024.

PLAN 9

Hospitalidad, excelencia y talento

MEJORA PERMANENTE DE LA CALIDAD Y PROMOCIÓN DEL TALENTO



Mejora permanente de la calidad

- Integrar la calidad en los programas de producto
- Reconocimiento a las entidades a través de actos de entrega de distintivos y difusión en RRSS y en visitvalencia.com
- Canalizar valor añadido a las empresas: UTTs, acciones de comunicación, conocimiento interno
- Asesoría y seguimiento directo a asociados
- Propuesta de mejoras en el comité interdestinos

Promoción del talento

- Reedición programa UTTs con 5 nuevas ediciones
- Programa formativo al sector sobre digitalización e innovación
- Divulgación en universidades valencianas



ESTRATEGIA IV
**Gobernanza transparente,
eficiente y colaborativa**

PLAN 10

Nuevo marco institucional para la gestión responsable del destino

GOBERNANZA INSTITUCIONAL COLABORATIVA



Gestión colaborativa del destino

- Apoyo al Servicio Municipal de Turismo
- Coordinación de proyectos europeos
- Dinamización y coordinación de la colaboración turística en el Ayuntamiento:
 - Comisión Municipal de Coordinación Turística
 - Participación en grupos de trabajo: Órgano gestor de playas y Bus Turístic
 - Agilización de permisos en Valencia Film Office
- Dinamización y apoyo al Consejo Municipal de Turismo y sus comisiones de trabajo.
- Apoyo a la dirección en acciones institucionales
- Gestión de página Turismo y Ciudad en web visitvalencia.com

PLAN 10

Nuevo marco institucional para la gestión responsable del destino

SENSIBILIZACIÓN TURÍSTICA



Acercamiento de la ciudadanía al turismo

- Análítica de opinión social sobre el turismo en la ciudad
- Establecer vías de información y diálogo con los representantes de los ciudadanos
 - Comisión de trabajo en el Consejo Municipal de Turismo
 - Grupo de trabajo con otras representaciones de residentes - Pej Internations (Expats en València).
- Campaña de sensibilización al ciudadano: comparte tu ciudad
- Campaña de sensibilización al visitante: consume València con responsabilidad

PLAN 11

Gestión eficiente, transparente y colaborativa

GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA FUNDACIÓN



Implantación del sistema de gestión

- Seguimiento permanente de objetivos e indicadores
- Fomento de la gestión ambiental y de criterios de accesibilidad
- Acciones formativas
- Auditorías: interna y externa integrada

Mayor protagonismo empresarial en la gestión

- Avanzar en la constitución de asambleas y comités ejecutivos de nuevos programas (Naturaleza y Estudios e idiomático)

Desarrollo de negocio

- Mejora de los canales de venta de servicios y productos
- Análisis y propuestas en el desarrollo de nuevos servicios y gestión de recursos

Programa de transparencia

- Mantenimiento Portal de Transparencia, en colaboración con el Ayuntamiento

WWW.VISITVALENCIA.COM

VLC ■ VALÈNCIA



Muchas gracias