

# Plan de Actuaciones 2024

*València, Destino Sostenible e Inteligente*



AJUNTAMENT  
DE VALÈNCIA

Fundació Visit

VALÈNCIA

# Líneas de actuación



Plan I



# VALOR PARA EL VISITANTE

## Desarrollo de Programas de Producto

- València Convention Bureau
- València Cultural
- València Gastronómica
- València Sports
- València Shopping
- València Health
- Valencia Studies

## Programas especiales

- Unique València
- València Nature
- València Film Office
- València Cruises

## Mejora en la atención e información en destino





Valor para  
el visitante

# VALÈNCIA CONVENTION BUREAU

VALÈNCIA  
Convention  
Bureau

Fundació Visit  
VALÈNCIA

## ACCIONES DIRIGIDAS A PROFESIONALES

- Ferias: IMEX (stand Turespaña), IBTM (stand Region of Valencia), IMEX América (stand Turespaña)
- Workshops: Acción SCB México, Interaction 2024 AMEX, ECAF Europe Congress, M&I Healthcare, The Meetings Show, The Meetings Space, MIS Internacional, Acción Bruselas SCB, Workshop APCE, Acción SCB Kontiki
- Viaje de familiarización de mercados de interés: Escandinavia (Kuoni)
- Visitas de inspección para eventos
- Apoyo a candidaturas
- Acciones comerciales con el EU CVB Network
- Presentaciones de destino a clientes
- Apoyo a eventos

## COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

- Plan de comunicación en medios MICE por mercados
- Perfil en LinkedIn del VCB
- Networking del VCB
- Club de Embajadores de València
- Asamblea Spain Convention Bureau
- Asistencia al ICCA Congress
- Sponsorship MPI Iberian Chapter

## SOPORTES Y HERRAMIENTAS

- GDS Index (sostenibilidad) - mejora de los indicadores
- Creación cuenta Instagram para difusión de eventos en destino



Valor para  
el visitante

# VALENCIA CULTURAL

Fundació Visit  
**VALENCIA**

## AGENDA CULTURAL Y EVENTOS PROPIOS

- 4ª edición de Fest/IN
- Apoyo a eventos del producto: Salón del Cómic, Festival 10 sentidos, Festival Volumens, Dansa Valencia, TIIM (Jornadas turismo e industria musical), Abierto València, Open House VLC, Valencia Photo, Piano Day, Premios Pop Eye.

## COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

- Viajes de prensa especializados: diseño, música, arte
- Participación en red Music Cities Network
- Campaña difusión Listen Valencia (Festivales, agenda y Music Map)
- Viaje de prensa pre fallas (experimentales y sostenibles)
- Cena de bienvenida prensa internacional – Feria Cevisama
- Ferias y Foros: Womex

## SOPORTES Y HERRAMIENTAS

- Campaña para promocionar Museos de la ciudad
- Contenidos sobre cerámica y experiencias creativas (ADN cerámico)
- Difusión agenda cultural de la ciudad en [visitvalencia.com](http://visitvalencia.com)
- Campaña Ocio centrada en Jardín del Turia

VALENCIA  
Cultural



Valor para  
el visitante

# VALÈNCIA GASTRONÓMICA

Fundació Visit  
**VALÈNCIA**

## EVENTOS GASTRONÓMICOS

- Día Internacional de la Alimentación Sostenible y la Capitalidad Verde Europea, dos ediciones de Cuina Oberta, World Paella Day, Valencia Culinary Festival FESTIN, Madrid Fusión
- Evento gastronómico de rango internacional

## COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

- Campaña en medios
- Promoción de cero desperdicio y cocina de aprovechamiento

## PROMOCIÓN EN MERCADOS

- Presentaciones de destino gastronómico en Copenhague y Estocolmo
- Acciones gastronómicas puntuales con motivo de eventos como (Día Mundial de la Tapa, World Paella Day y Capital Verde Europea)
- Viajes de prensa gastronómicos

## SOPORTES Y HERRAMIENTAS

- Blog Delicious València
- Mejoras del programa Cuina Oberta
- Nueva Guía de recetas de temporada enfocada al mar y la huerta como despensas
- Guía Gastro de pescado de temporada en València



Valor para  
el visitante

# VALÈNCIA SPORTS

Fundació Visit  
**VALÈNCIA**

## ACCIONES DIRIGIDAS A PROFESIONALES

- Asistencia a ferias del sector: FITUR Sports, Eurogames Viena
- Viaje de familiarización 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 València Gay Games 2026: EEUU y Latinoamérica
- Sports & Events Workshop: evento de turismo deportivo

## COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

- Viajes de prensa de los eventos que apoyamos
- Promoción de València como ciudad deportiva sostenible en medios especializados

## AGENDA DE EVENTOS

- Apoyo Maratón y Media Maratón, Ironman 70.3, Valencia Boat Show, Copa del Mundo de Triatlón, GFI Ciudad de VLC, Copa de la Reina de Vela, VESO, Dreamhack, Pre-Olímpicos Hockey y Basket, Copa Faulcombridge, VLC Soccer Cup, FIA Motorsport Games, United Nations Inter-Agency Games, entre otros

## SOPORTES Y HERRAMIENTAS

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

VALÈNCIA  
Sports



Valor para  
el visitante

# VALÈNCIA SHOPPING

VALENCIA  
Shopping

Fundació Visit  
VALENCIA

## ACCIONES DIRIGIDAS A PROFESIONALES

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

## COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

- Campaña de Navidad
- Plan de comunicación en medios y PT con medios especializados en tendencias
- Colaborar en la difusión de las zonas de compras

## SOPORTES Y HERRAMIENTAS

- Actualización de contenido de la sección de Shopping en la web
- Soporte físico para oficinas y otros puntos, como establecimientos de alojamiento



Valor para  
el visitante

# VALÈNCIA HEALTH

Fundació Visit  
**VALÈNCIA**

## ACCIONES DIRIGIDAS A PROFESIONALES

- Encuentros profesionales: asistencia a workshops específicos del sector: B2B encounters mercado USA & Canadá (Boston)
- Viaje de familiarización con operadores en colaboración con ICEX
- Viaje de familiarización multimercado organizado por Bookingsmed (febrero)
- Marketing relacional y digital con intermediarios
- Acción de formación y sensibilización con centros médicos locales

## COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

- Publicación en LinkedIn y en la sección Health de la web de Visit València de contenidos tipo blog que ofrezcan los asociados del programa
- Acciones transversales con otros programas de producto como Sports o VCB

## PROMOCIÓN EN MERCADOS

- Presencia del programa en presentaciones de destino València
- Viaje de familiarización mercado italiano
- Viaje de familiarización mercado UK

## SOPORTES Y HERRAMIENTAS

- Actualización del apartado específico en [visitvalencia.com](http://visitvalencia.com)
- Envíos a prescriptores a través del CRM
- Mantenimiento del perfil de LinkedIn

VALÈNCIA  
Health



Valor para  
el visitante

# VALÈNCIA STUDIES

VALÈNCIA  
Studies

Fundació Visit  
VALÈNCIA

## ACCIONES DIRIGIDAS A PROFESIONALES

- Viaje de familiarización con operadores idiomáticos y de estudios
- Asistencia a ferias del sector en visita de inspección (ICEF, NAFSA)
- Evento dirigido a Erasmus y creación de una comunidad informativa online para Erasmus en València
- Roadshow para estudiantes internacionales en Latinoamérica
- 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 (Profe de ELE)
- Acciones de colaboración con FEDELE, en particular, la Semana del Español, que este año se realiza en Alicante y su posterior post-tour

## SOPORTES Y HERRAMIENTAS

- Implementación sección web en [visitvalencia.com](http://visitvalencia.com): Estudiar en València
- Soportes específicos: folleto, fotografías y videos
- Creación red social propia



Valor para  
el visitante

# UNIQUE VALÈNCIA

Fundació Visit  
**VALÈNCIA**

## ACCIONES DIRIGIDAS A PROFESIONALES

- Marketing relacional y digital con intermediarios
- Acciones comerciales y de branding a través de Luxury Spain, España Destino de Excelencia y Turespaña
- Viaje de familiarización con AAVV del segmento lujo

## COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

- Difusión mediante las agencias de comunicación y a través de RRSS
- Campañas de co-marketing online con marcas y medios exclusivos

## SOPORTES Y HERRAMIENTAS

- Actualización del catálogo digital de experiencias "Unique" en la web [uniquevalencia.com](http://uniquevalencia.com)
- Inclusión de experiencias "UNIQUE" en viajes de prensa y viajes de familiarización



Valor para  
el visitante

# VALÈNCIA NATURE

VALÈNCIA  
Nature

Fundació Visit  
VALÈNCIA

## ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DE DIAGNÓSTICO DEL PRODUCTO

- Diseño de estrategias turísticas València Green Capital 2024
- Acciones de colaboración en eventos de Capital Verde Europea 2024

## COMUNICACIÓN Y CON PROFESIONALES

- Viaje de prensa: mostrar espacios y parques naturales a medios específicos y generalistas
- Viaje familiarización con operadores de birdwatching y turismo activo

## SOPORTES Y HERRAMIENTAS

- Soportes específicos: folletos online/offline, fotografías y videos: Parque Natural de la Albufera, L'Horta de València, Jardines del Turia y Parque Natural del Turia



Valor para  
el visitante

# VALÈNCIA FILM OFFICE

VALÈNCIA  
Film Office

Fundació Visit  
VALÈNCIA

## ACCIONES DIRIGIDAS A PROFESIONALES

- Acciones directas: Fitur Screen, Cannes Marché du Film, Shooting Locations Marketplace, Focus
- Acciones inversas: Viaje de familiarización con profesionales de la industria audiovisual nacionales e internacionales, scoutings para buscar localizaciones, apoyo en visitas de inspección
- Colaboración con festivales de cine locales: Cinema Jove, La Mostra, SeriesLAB
- Apoyo a consultas y solicitudes de rodaje
- Búsqueda y activación de nuevas localizaciones
- Colaboración con el Ayuntamiento para impulso ordenanza rodajes

## COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

- Pertenencia a asociaciones nacionales, europeas e internacionales: Spain Film Comission, European Film Comission Network, Association Film Comission International
- Participación en jornadas y mesas sobre el sector audiovisual
- Presentaciones de destino

## SOPORTES Y HERRAMIENTAS

- Ampliar contenidos turismo cinematográfico: web visitvalencia y rutas de cine en CAC y Berlanga
- Producción de merchandising
- Nuevo reportaje fotográfico de localizaciones para actualizar web VFO



Valor para  
el visitante

# VALÈNCIA CRUISES

Fundació Visit  
**VALÈNCIA**

## ACCIONES DIRIGIDAS A PROFESIONALES

- Ferias: Seatrade Cruise Global
- Viaje de familiarización y visitas de inspección con navieras europeas y norteamericanas
- Promoción de Valencia como destino de cruceros en webinars y presentaciones de destino en mercados internacionales

## COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

- Bienvenida a Valencia Costa Toscana
- Entrevistas y atención a medios y TV internacionales en el marco de Seatrade

## SOPORTES Y HERRAMIENTAS

- Estudio turismo de cruceros
- Guía Profesional de Cruceros con visitas y actividades turísticas actualizadas y ampliada con oferta de provincia y CV

## SEMINARIOS DE FORMACIÓN

- Organización e impartición de la 1ª Jornada de formación en Cruceros



Valor para  
el visitante

# MEJORA EN LA ATENCIÓN E INFORMACIÓN EN DESTINO

- Tematización Capital Verde de las oficinas
- Renovación de la oficina del aeropuerto
- Proyecto de renovación oficina playa
- Despliegue de cinco quioscos inteligentes por la zona centro y CAC
- Creación del *DIGITAL HUB*, un punto de auto gestión informativa, de compra y recarga de VTC y recogida de compras online en el aeropuerto
- Proyecto "Oficina de turismo @Home" proyecto de videollamadas para atender a turistas
- Campaña "Aquí tienes tu Oficina de turismo"
- Diseño de la estrategia de servicio post-venta

Plan II



# DESTINO SOSTENIBLE E INTELIGENTE

Sostenibilidad Turística  
Valencia Inclusiva  
Inteligencia Turística  
Digitalización de la Gestión Turística  
Calidad en Destino





Destino Sostenible  
e Inteligente

# SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA E INCLUSIÓN



Fundació Visit  
**VALENCIA**

## MEDICIÓN Y PARTICIPACIÓN

- Cálculo y verificación de las huellas de carbono e hídrica del destino y de la Fundación
- Plan de acción climática de Visit València
- Evaluación de la sostenibilidad del destino
- Participación en proyectos y redes internacionales
- Memoria de Sostenibilidad de la Fundación

## ACCIONES INSTITUCIONALES

- Pertenencia a asociaciones nacionales, europeas e internacionales (ENAT, ISTO).
- Participación en jornadas y mesas sobre el sector accesible
- Viaje de familiarización y de prensa

## SOPORTES Y HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

- Vídeo promocional “València para todos”
- Reportaje fotográfico (nuevas marquesinas EMT, handbike por el río, en la lonja en silla de ruedas...)
- Revisar y ampliar contenidos turismo accesible en el espacio web València accesible

## ANÁLISIS Y MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD DE LA OFERTA

- Actualización del diagnóstico de la accesibilidad de la oferta turística del destino: guía accesible on line
- Diseño de rutas turística con accesibilidad universal
- Formación en accesibilidad universal y turismo accesible



Destino Sostenible  
e Inteligente

# INTELIGENCIA, INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN DE LA GESTIÓN

Fundació Visit  
**VALENCIA**

## INTELIGENCIA E INNOVACIÓN

- Desarrollo del sistema de inteligencia: revisión y ampliación de indicadores y sistema de distribución
- Propuesta de participación en proyecto de BBDD de actividades MICE de Gaia - X (proyecto europeo de Data Space de Turismo)
- Estudio de percepción del turismo por residentes
- Estudio de impacto económico del turismo en la ciudad
- Diseño y desarrollo del Programa de Innovación
- Apoyo a la candidatura a fondos de la Plataforma Inteligente de Destinos (PID)

## GESTIÓN DE LA FUNDACIÓ VISIT VALENCIA

- ERP de Visit València y del sistema de gestión presupuestaria
- Desarrollo de un gestor documental propio
- Refuerzo del sistema de cumplimiento de la normativa pública
- Aplicaciones de recursos humanos y gestión de talento
- Gestión de almacén y control de stock
- Programa de formación
- Revisión de la estructura organizativa interna
- Diseño del sistema de comunicación interna
- Revisión del sistema de digitalización interna de procesos



Destino Sostenible  
e Inteligente

# CALIDAD EN DESTINO



Fundació Visit  
VALENCIA

- Integración metodología SICTED en la estrategia de la fundación
- Recopilación de información e imágenes de buenas prácticas.
- Adecuación del sistema documental a las necesidades de la fundación
- Formación interna para el cumplimiento de procedimientos
- Apoyar la implantación de medidas tales como: seguridad de la información, "compliance", memoria de sostenibilidad

Plan III



# MARCA Y PROMOCIÓN SEGMENTADA

Marketing Digital & I+D  
Marca y Redes Sociales  
Ventas y omnicanalidad  
Líneas de Acción en los Principales Mercados emisores  
Marketing Relacional y Acciones con Aerolíneas





Marca y Promoción  
Segmentada

# MARKETING DIGITAL & I+D

Fundació Visit  
VALENCIA

- Proyecto mascletá 5D
- Atención y traducción simultánea en Oficinas de turismo
- Nuevos canales de relación con turistas e intermediarios (APP)
- Chatbot basado en Inteligencia artificial
- Campañas de Inbound marketing y automatización
- Refuerzo de la infraestructura digital
- 1º Certamen Valenc.IA



Marca y Promoción  
Segmentada

# MARCA Y REDES SOCIALES



## MARCA Y CONTENIDOS

- Actualización de materiales de campaña de marca con motivo de Capital Verde Europea
- Revisión e innovación de contenidos

## REDES SOCIALES

- Publicidad en zonas de influencia de conexiones aéreas (fase inspiración)
- Publicidad en destino (fase contratación)
- Gestión de contenidos generados por usuario y de influencers



Marca y Promoción  
Segmentada

# VENTAS Y OMNISCANALIDAD



Fundació Visit  
**VALENCIA**

## VALENCIA TOURIST CARD (VTC)

- Proyecto València Card RE-Generativa
- Digitalización de la tarjeta VTC
- App VTC
- Estudio comportamiento turista con la VTC e integración en el Sistema de Inteligencia Turística
- Mejoras VTC
- Incrementar puntos de Venta y Puntos de Utilización

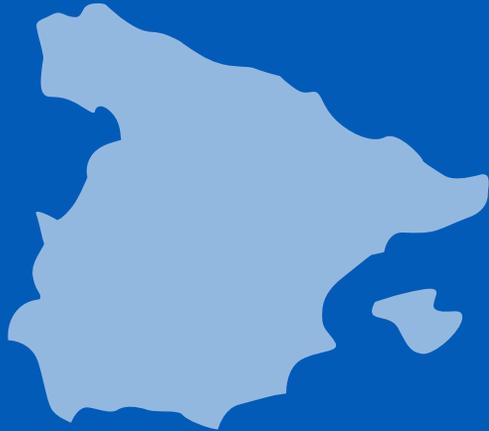
## VALENCIA SHOP

- Mejoras en el contact center
- Ecosistema de información
- Taquilla profesional para la venta telefónica y de grupos
- Integración de la analítica de ventas en el sistema de inteligencia turística de la fundación



Marca y Promoción  
Segmentada

# LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES



## ESPAÑA

### CANALES PROFESIONALES

- Participación en la Feria FITUR
- Viaje de prensa "Capital Verde Europea"
- Viaje de prensa "Valencia, ciudad de la música"
- Viaje de prensa Albufera

### PÚBLICO FINAL

- Co-marketing con Vueling y Renfe, Iryo y Ouigo
- Campaña de Navidad
- Participación en Madrid Fusión
- Participación activa en la asociación de ciudades AVE



Marca y Promoción  
Segmentada

# LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES



## ITALIA

### CANALES PROFESIONALES

- Ferias y workshops: BMT Napoli, TTG Travel Experience, workshop en Meliá Milano coincidiendo con la feria BIT, workshop organizado por el aeropuerto de Verona, jornada de turismo de lujo en Milán, jornada de la sostenibilidad y Roadshow Turespaña
- Visita de inspección de directivos del TTOO Boscolo

### PÚBLICO FINAL

- Campañas de comarketing con el grupo Valica
- Viajes de prensa con medios relevantes: TV nacionales como La 7 "Eden, un pianeta da salvare", periodistas de la zona de influencia de Verona y medios de estilo de vida como The Good Life u otros



Marca y Promoción  
Segmentada

# LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES



## PAÍSES BAJOS Y BÉLGICA

### CANALES PROFESIONALES

- Participación en feria Vakentieburs
- Comunicaciones trimestrales a profesionales del sector
- Acciones de promoción B2B con agentes y operadores

### PÚBLICO FINAL

- Acciones de co-marketing con aerolíneas, turoperadores, OTAs, portales y/o medios
- Campañas de activación productos específicos (turismo activo y deportes, workation)
- Viajes de prensa y acciones de comunicación en portales y medios



Marca y Promoción  
Segmentada

# LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES



## REINO UNIDO E IRLANDA

### CANALES PROFESIONALES

- Ferias: World Travel Market, Holiday World Dublin
- Fam Trip turismo de Lujo
- Co-marketing con partners trade para cada mercado

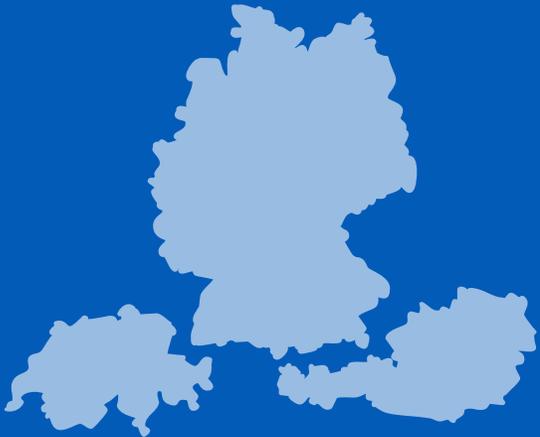
### PÚBLICO FINAL

- Campañas de co-marketing vinculadas a la conectividad aérea
- Programa de relaciones públicas y generación de contenidos con medios generalistas y de viaje
- Campaña de estímulo en RRSS
- Press trip Green Capital



Marca y Promoción  
Segmentada

# LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES



## ALEMANIA, AUSTRIA Y SUIZA

### CANALES PROFESIONALES

- Ferias: ITB
- Fam trip Willy Scharnow Stiftung
- Viaje de prensa "Capital Verde Europea"
- Viaje de prensa Süddeutsche Magazin
- Viaje de prensa ELLE Magazin

### PÚBLICO FINAL

- Acciones de co-marketing con el Grupo Lufthansa
- Campañas de publicidad exterior



Marca y Promoción  
Segmentada

# LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES



## FRANCIA

### CANALES PROFESIONALES

- Ferias: visitas comerciales a IFTM Top Resa
- Acciones con Turespaña: Jardins Jardin (Paris) o participación en el Día Mundial de la Tapa en Lille o Niza
- Comida con prensa del País Vasco francés en Biarritz

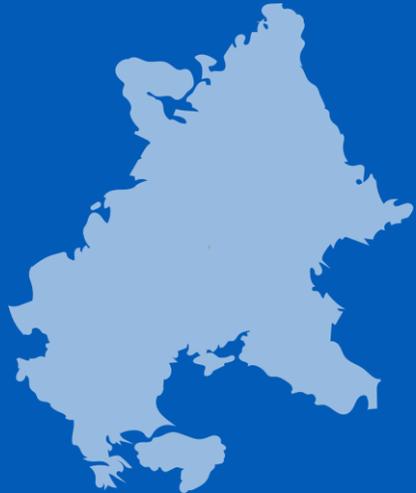
### PÚBLICO FINAL

- Campañas con colaboradores: GEO y otros.
- Press trips: medios como M Le Magazine du Monde, Télérama, Version Fémina, Les Echos, Dynamic Seniors o Le Courrier de l'Atlas



Marca y Promoción  
Segmentada

# LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES



## EUROPA DEL ESTE

### CANALES PROFESIONALES

- Programa de relaciones públicas con operadores y líneas aéreas que operan en Polonia
- Presentación a medios y profesionales en Cracovia (Polonia)

### PÚBLICO FINAL

- Campañas de co-marketing vinculadas con conectividad aérea. Angulo sostenibilidad y cultura (incluyendo turismo religioso)
- Participación en la Feria de Wroclaw en Polonia



Marca y Promoción  
Segmentada

# LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES



## PAÍSES NÓRDICOS

### CANALES PROFESIONALES

- Viaje de familiarización y acciones de co-marketing con operadores
- Workshop Luxury Spain
- Presentaciones gastronómicas en Copenhague y Estocolmo

### PÚBLICO FINAL

- Campaña Content Marketing y social media vinculadas a conectividad aérea (en especial con Rep Balticas, Suecia y Dinamarca)
- Viajes de prensa con ángulo Green Capital



Marca y Promoción  
Segmentada

# LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES



## AMÉRICA

### CANALES PROFESIONALES

- Estados Unidos:
  - Agencia de comunicación y RR.PP.
  - Jornadas Directas de Comercialización con Turespaña
- México: Convención METRO
- Jornadas inversas de Turespaña LATAM
- Presentaciones destino online operadores latinoamérica

### PÚBLICO FINAL

- Acciones directas: World Paella Day en EEUU, Canadá y México
- Viajes de prensa: Brasil, México y Estados Unidos



Marca y Promoción  
Segmentada

# LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES



## ASIA / AUSTRALIA / ORIENTE PRÓXIMO

### CANALES PROFESIONALES

- Agencia de comunicación y RRPP en China
- Presentaciones de destino online en India (webinar)
- Viaje de familiarización agentes India
- Campaña co-marketing metabuscador WEGO (UEA)
- Acciones junto a la Asociación Hispano Japonesa de Turismo
- Jornadas de Turespaña en China

### PÚBLICO FINAL

- Redes sociales y marketing digital en chino
- Campaña livestreaming con influencer China
- Video promocional sobre VLC con periodista/influencer chino.



Marca y Promoción  
Segmentada

# MARKETING RELACIONAL Y ACCIONES CON AEROLÍNEAS



Fundació Visit  
VALENCIA

## MEJORA DE LA CONECTIVIDAD

- Análisis de la conectividad aérea de la ciudad
- Presencia en foros de conectividad aérea:  
CONNECT en Turín (Italia) y Europe Routes en Aarhus (Dinamarca)
- Colaboración en el IX FLY València Meeting con CEAV
- Co-marketing con aerolíneas y aeropuertos para consolidar las conexiones
- Nuevas conexiones como Copenhague con Norwegian y Verona con Volotea

Plan IV



# GOBERNANZA COLABORATIVA

Gestión Colaborativa  
Gestión Responsable





Gobernanza colaborativa

# GESTIÓN COLABORATIVA Y RESPONSABLE

Fundació Visit  
**VALENCIA**

## COLABORACIÓN

- Dinamización y apoyo al Consejo Municipal de Turismo y sus comisiones de trabajo
- Apoyo a la concejalía y al Servicio Municipal de Turismo
  - Ejecución PSTD 2022-2024
  - Participación en grupos de trabajo intramunicipales;
  - Respuesta documental a solicitudes de informes
  - Atención a delegaciones institucionales
- Análisis y propuestas en el desarrollo de nuevos servicios y gestión de recursos de la Fundació Visit València
- Gestión de comités ejecutivos y asambleas del resto de programas de la Fundació Visit València
- Creación de foros de debate con expertos

## RESPONSABILIDAD

- Memoria de Sostenibilidad de Visit Valencia
- Estudio de percepción del turismo por residentes y turistas
- Acciones de concienciación y sostenibilidad social
- Mantenimiento Portal de Transparencia, en colaboración con el Ayuntamiento



20  
24

# Muchas gracias

[visitvalencia.com](http://visitvalencia.com)



AJUNTAMENT  
DE VALÈNCIA

Fundació Visit  
VALÈNCIA