



Servicios de Información al Turista sobre el Territorio: la *Red Tourist Info* y el *Plan de Señalización Turística de la Comunidad Valenciana*

Carmen Ibáñez Jarque
Agència Valenciana del Turisme



Los indicadores que miden la actividad turística mundial están superando, en los últimos años, las previsiones iniciales que sobre los mismos se vienen haciendo. Esta boyante situación del sector turístico, de la que también participan los destinos turísticos nacionales, se debe a dos razones principales: por una parte, a la bonanza económica en la que nos encontramos y, por otra, el afianzamiento de la cultura del ocio activo en nuestras sociedades y, más concretamente, del hábito de viajar.

Es este contexto favorable, transcendental para las economías de muchas de nuestras Comunidades Autónomas, la competencia existente en el mercado exige a cualquier destino turístico una permanente adaptación a las cambiantes necesidades de la demanda, a la vez que una constante preocupación por elevar la calidad de su oferta.

Al tratarse de un sector servicios donde los productos a menudo “se parecen”, con la incorporación de nuevos destinos al mercado y el abaratamiento de los transportes acortando distancias, las administraciones y el sector turístico han de emplear muchos esfuerzos en atender cada día mejor las necesidades de sus clientes.

Por ser el turismo una práctica muy generalizada y por la proximidad de nuestros lectores al mundo de la información, resultará fácil imaginar el importantísimo papel que ésta juega en la promoción de los productos turísticos, su comercialización y, finalmente, en el éxito del disfrute del tiempo de ocio durante la estancia en el territorio. Y resultará también fácil imaginar el interés “económico” de los agentes turísticos, tanto privados como públicos, por articular sistemas de información para estos menesteres, con unos niveles de tecnología y servicios al turista

adecuados al panorama actual del mundo de la información y a los modelos de calidad de producto que marca el mercado turístico.

Nos acercaremos ahora brevemente a la naturaleza de la información turística, prestando especial atención a los procesos de información que tienen como escenario el territorio de destino, concretamente el territorio de la Comunidad Valenciana, que son el marco de referencia de dos importantes sistemas de información al turista: la **Red Tourist Info** y el **Plan de Señalización Turística de la Comunidad Valenciana**.

Los Sistemas de Información Turística

El turismo es una actividad socioeconómica compleja que implica a los individuos en su dimensión de turistas, a los territorios y sus poblaciones, a los agentes económicos de la industria y del mercado, y a las administraciones públicas.

La información relacionada con esta actividad no lo es menos. Por una parte, el turismo entendido como disciplina científica y técnica es una materia interdisciplinar. Por otra, la información turística, entendida como la que necesita el turista para decidir un destino, organizar su viaje e interpretar el territorio es de carácter enciclopédico. Cualquier tema es susceptible de tener interés turístico.

Estas dos acepciones del turismo como materia informativa derivan en servicios que, aunque en la práctica puedan estar integrados dentro del mismo sistema, están diferenciados por el segmento de la población al que se dirigen: los primeros a los científicos, a los técnicos y a los profesionales del turismo; los segundos a todos los ciudadanos que requieran información turística.

Al frente de estos últimos están los agentes que se ocupan de difundir información de interés turístico relativa al territorio sobre el que actúan. Nuestra exposición centrará su atención en los sistemas de información que diseñan y mantienen las instituciones públicas implicadas en la

dirección de las políticas turísticas de los territorios. A ellas corresponde ampliar los servicios públicos de información al ciudadano para cubrir las necesidades de los visitantes, potenciales o reales, promoviendo y dirigiendo acciones específicas de comunicación e información del producto en dos sentidos:

- Cubrir las necesidades informativas previas a la decisión del destino: acciones promocionales.
- Mejorar la percepción de las prestaciones del producto mediante servicios post-venta de información al turista: acciones de información sobre el territorio.

Los sistemas de información turística organizan sus servicios y productos en torno a estos dos niveles, puesto que las necesidades y usos de la información varían según los mismos. Son más puntuales, precisan mayor referenciación espacial y requieren una atención más inmediata y personalizada a medida que nos alejamos de las acciones promocionales y nos acercamos al turista en destino, al relacionarse sobre todo con la realización de actividades concretas.

Cuando el turista elige el destino define también sus expectativas, es decir, la existencia de servicios, recursos y oferta que respondan a la idea del tipo de estancia que pretende. Para que se pueda establecer una correspondencia adecuada entre éstas y la realidad de su viaje, el turista debe conocer cuales son los atractivos y servicios del territorio, cómo son, dónde están y cómo se llega hasta ellos. Este conocimiento es aún más importante si pensamos que el turista ha de percibir un territorio nuevo en un periodo de tiempo limitado.

En este sentido, los procesos de comunicación sobre el territorio son fundamentales para contribuir a los niveles de éxito de la estancia y a la fidelización del turista al destino. Las oficinas de información turística y la señalización turística son parte importante de estos procesos de comunicación.

La Red Tourist Info

En nuestro país, si a algo ha ido unida la palabra “información” ha sido a “turismo”. Todavía hoy

muchos ciudadanos siguen identificando a las oficinas de información turística como “oficinas de información y turismo”, por herencia de la etapa desarrollista, y al pictograma “i” a servicios de información turística.

Las oficinas de información turística son los espacios en los que se produce el primer encuentro entre el turista y el destino. Funcionan como servicios de información, con todo lo que ello supone; como servicios de acogida, promoción en destino y comunicación del producto turístico; como dinamizadoras del sector; y, lo más importante para las administraciones que las dirigen, son parte integrante del producto turístico, como servicios post-venta que son.

¿Qué es la Red Tourist Info?

La *Red Tourist Info* es la Red de Oficinas de Información Turística de la Comunidad Valenciana. Está impulsada y coordinada por la *Agència Valenciana del Turisme*, que es el órgano de la Generalitat Valenciana competente en esta materia, en colaboración con las entidades locales de la Comunidad Autónoma. Su principal objetivo es ofrecer, en todo el ámbito territorial, un conjunto integral de servicios de información turística y de acogida homogéneos en cuanto a contenidos, instrumentos soporte y mecanismos de trabajo, con la finalidad de mejorar el grado de satisfacción de los turistas que eligen la Comunidad Valenciana para disfrutar de sus vacaciones.

Articulación de las políticas locales para la creación de servicios de información al turista.

La creación de la *Red Tourist Info* en 1990 responde a la necesidad de vertebrar la política turística autonómica con relación a la creación y el funcionamiento de servicios públicos de información al turista en los destinos de la Comunidad Valenciana. Se concibe como un instrumento de colaboración con los Ayuntamientos y otras entidades locales, para aunar criterios y rentabilizar esfuerzos y recursos en la gestión de las oficinas de información turística que ya existían, y como plataforma de impulso para la creación de nuevas oficinas.

Con la puesta en marcha de esta Red, la *Agència Valenciana del Turisme* se propuso contribuir a la mejora de los niveles de satisfacción y potenciar los procesos de fidelización del turista al destino, articulando un sistema de información que permitiera ofrecer al turista que visita la Comunidad Valenciana, en cualquier punto de la misma, información permanentemente actualizada de toda su oferta y recursos turísticos, así como una atención y acogida personalizada de calidad. La incorporación de una oficina a la Red se realiza mediante la suscripción de un convenio de colaboración con la entidad local (Ayuntamientos, Mancomunidades y Diputaciones Provinciales), que recoge las condiciones de puesta en marcha y funcionamiento del servicio.

Las entidades deben disponer de un local para la instalación de la oficina, con unas condiciones de ubicación que permitan localizarlo con facilidad y tener un buen acceso. Se hacen cargo también de los gastos corrientes de funcionamiento de la oficina y, sobre todo, se comprometen a contar con personal cualificado para atender el servicio de información.

La *Agència*, por su parte, se compromete a la señalización de la oficina, a la adecuación del espacio de atención al público y del espacio de trabajo de los informadores, incluyendo su decoración íntegra, rotulación, soportes para folletos, uniformes y otros elementos identificativos de la imagen corporativa de la *Red Tourist Info*. Además de aportar el equipamiento informático y de comunicaciones, y suministrar material informativo en distintos soportes para su distribución y consulta, la *Agència* pone en marcha en la oficina los sistemas de trabajo propios de la Red, proporcionando herramientas informáticas específicas.

Sobre la base de estos convenios de colaboración, durante la campaña estival, en las localidades de litoral, se ponen en funcionamiento Puntos de Información Turística para acercar el servicio a las playas.

Uno de los principales compromisos para las entidades que ponen en marcha una oficina dentro de la Red, es participar en los sistemas de trabajo y colaborar con los objetivos de la misma.

Además de la información turística local, en las oficinas de la Red se facilita información de todos los destinos turísticos de la Comunidad Valenciana. Asimismo, cada oficina debe colaborar suministrando y actualizando información sobre el destino turístico en el que se ubica y participando en todas las actuaciones que desde la *Agència* se proponen para la mejora continua.

Para potenciar esta participación, que es en definitiva la que le da razón de ser, la *Agència* cuenta con un Plan de Formación Continua para motivar y profesionalizar la actividad del informador turístico, a los que también presta apoyo en la gestión de la oficina a través de la figura de los Coordinadores Territoriales.

La coordinación y gestión de la Red corresponde a la Unidad *Tourist Info* de la *Agència*, que cuenta con 3 coordinadores territoriales, y un técnico de apoyo para la provincia de Alicante, y 3 jefes de oficina. Existen 5 oficinas propias de la Generalitat Valenciana, estratégicas por su ubicación en las capitales de provincia y en vías de accesos a la Comunidad Valenciana, y por su carácter vertebrador de la propia Red.

Desde la Unidad *Tourist Info*, además de la Señalización Turística, se gestionan las bases de datos de información turística, centralizando las aportaciones de la Red y las procedentes de otras fuentes internas y externas, y dando, sobre todo, soporte informativo a las oficinas y a los productos de información gestionados por otros departamentos de la *Agència*.

Crecimiento y consolidación de la *Red Tourist Info*

Durante los últimos 5 años, la Red ha experimentado un importante crecimiento (figura nº1), pasando de 36 oficinas en 1995 a 96 en el año 2000. Con las previsiones actuales, en un plazo muy breve, superará el centenar de oficinas. Este incremento, unido a la distribución territorial de las oficinas, arroja unos indicadores muy positivos con respecto a los niveles de uso del sistema de información (figura nº 2). El conjunto de oficinas de la *Red Tourist Info* atendió durante el

año 2000 más de 2.300.000 solicitudes de información turística.

Figura 1

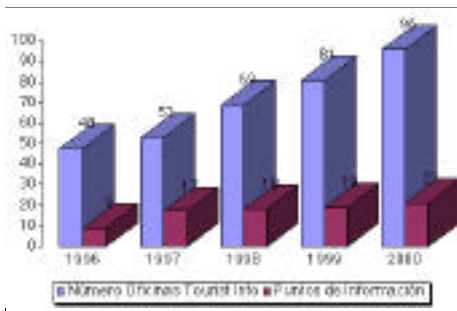


Figura 2



En la actualidad, se puede decir que los principales destinos turísticos de la Comunidad Valenciana cuentan con una buena cobertura de servicios de información al turista, con una amplia presencia de oficinas tanto en los de oferta más tradicional de *sol y playa*, como en los de turismo rural y urbano. Las oficinas, ubicadas en 66 municipios, presentan la siguiente distribución provincial: 46 en Alicante, 28 en Valencia y 22 en Castellón. En ellas prestan servicio más de 170 profesionales de la información turística, cifra que aumenta hasta cerca de las 230 personas durante la temporada de verano.

Líneas de actuación de la Red Tourist Info

Los niveles de implantación conseguidos por la Red en los últimos años, aconsejan dirigir ahora los esfuerzos y recursos de gestión hacia la consolidación de la misma como modelo diferenciado de Servicio de Información Turística. Comentaremos a continuación las principales actuaciones en este sentido.

- Plan de Calidad en la Atención al Turista de la *Red Tourist Info*

La *Red Tourist Info* pretende ser algo más que un buen servicio personalizado de información al turista, ya que funciona también como un espacio de acogida a los visitantes y de “venta” de los recursos, servicios y oferta del destino turístico. Es decir, como ya se ha dicho, es un servicio post-venta que forma parte del producto turístico.

La satisfacción de los turistas que pasan por sus oficinas es fundamental. Afortunadamente, los resultados que arrojan las encuestas de satisfacción, que anualmente se realizan en la Comunidad Valenciana durante la campaña estival, así lo indican. En el último sondeo, la atención prestada recibió 8 puntos sobre 10, y otros aspectos como materiales, localización, decoración, etc., recibieron 7 puntos.

En el año 2000 se puso en marcha un Plan para garantizar el mantenimiento de estos niveles y obtener un estándar de calidad de servicio homologado en todas las oficinas de la Red. En una primera fase, las actuaciones del Plan de Calidad se dirigieron a detectar las necesidades de formación; a difundir la cultura de la calidad de servicio entre los informadores, buscando su implicación en la misma; y a desarrollar herramientas para trabajar con una unidad de criterio, dando una imagen común de cohesión, como han sido el *Decálogo de Calidad de la Red Tourist Info* y el *Protocolo de Atención al Turista*.

En esta misma línea de objetivos, se están desarrollando en la actualidad las siguientes actuaciones:

Plan de Formación para la calidad: se están utilizando técnicas modernas de gestión de recursos humanos, trabajando el desarrollo de la Inteligencia Emocional aplicada a la atención al público y la Gestión por Competencias. Durante el ejercicio 2001, se impartirán un total de 80 horas de formación realizando talleres teórico-prácticos con los informadores turísticos para potenciar y orientar sus habilidades sociales y personales hacia el trabajo diario.

Concurso “Una Visita Feliz”: organizado para evaluar e incentivar el esfuerzo de las oficinas por prestar un buen servicio, teniendo en cuenta unas dimensiones de calidad preestablecidas. Se están realizando 3 oleadas de “visitas misterio-

sas”, para tomar los datos de valoración del servicio y para establecer la puntuación que sitúa a cada oficina en el *ranking* del concurso.

Los resultados particulares servirán a cada oficina para orientar su mejora. Los resultados generales obtenidos por la Red permitirán dirigir estratégicamente el Plan hacia los puntos débiles detectados.

Herramientas de trabajo para la calidad: además de trabajar la implantación del *Decálogo de Calidad* y del *Protocolo de Atención al Turista*, está previsto redactar en el año 2001 el *Protocolo de Atención Telefónica*.

Difusión de una cultura corporativa de calidad e implicación de los informadores y de las administraciones locales en el Plan: esta actuación carecería de sentido sin la implicación del capital humano de la Red y de las administraciones públicas de quienes dependen. En este sentido, los informadores participan directamente en la elaboración de las herramientas a través de los grupos de trabajo constituidos y de los foros de discusión que pueden encontrar en Touristnet, Intranet de la Red. La formación se plantea en forma de talleres para facilitar la participación y el dinamismo de los grupos. La *Agència* organiza cada año una reunión de trabajo con todas las oficinas de la Red para potenciar la cohesión de los informadores. Al igual que el año pasado, las *Jornadas Tourist Info* se dedicarán este año a la calidad.

La publicación y suscripción voluntaria del *Decálogo de Calidad* por parte de los informadores de la oficina y de los responsables de la política turística local, es una herramienta de vinculación y compromiso con el Plan de Calidad. La *Agència* refuerza este compromiso informando periódicamente, especialmente a los últimos, de todas las actuaciones y resultados del Plan.

- La tecnología informática y el Sistema de Información Turística de la Comunidad Valenciana.

El sistema de organización de la *Red Tourist Info* como servicio de información turística y la utilización de tecnologías de la información han sido dos aspectos que han avanzado de la mano a lo largo de su evolución. Como ya se ha avanzado,

sobre la base del convenio de colaboración que se suscribe, todas las oficinas cuentan con equipamiento informático y de comunicaciones, provisto de software de ofimática, de autoedición de documentos electrónicos y de aplicaciones específicas desarrolladas por la *Agència*, para apoyar al informador turístico en su trabajo diario.

Además todas las oficinas están integradas en una red informática con herramientas básicas de trabajo en grupo: correo electrónico, FTP, intranet, acceso a Internet, etc., entre las que destaca Touristnet, Intranet de la Red, por el gran papel que va adquiriendo día a día en la coordinación y articulación de los servicios de la Red.

A través del Plan de Mejora, para el que se cuenta con la estrecha colaboración de la Unidad de Informática, la *Agència* tiene previsto instalar líneas ADSL en todas las oficinas e implantar una nueva aplicación más moderna y eficaz de gestión del *Sistema de Información Turística de la Comunidad Valenciana*.

El Sistema de Información Turística de la Comunidad Valenciana y la Intranet de la Red Tourist Info.

Los informadores turísticos apoyan su trabajo de atención al público en productos informativos de distribución gratuita, como son folletos, guías, planos, listados, etc., y en fuentes de información de uso interno para documentar las consultas que se les plantean.

Con relación a los primeros, la *Red Tourist Info* es el principal centro de distribución de las publicaciones turísticas de la *Agència Valenciana del Turisme*. En virtud del convenio de colaboración, la *Agència* se compromete a suministrar folletos con información de todos los destinos de la Comunidad Valenciana y apoyar la edición de un folleto con información turística local. En la oficina, lógicamente, se distribuyen también folletos de información turística editados por el propio Ayuntamiento, la Mancomunidad o la Diputación Provincial correspondiente. El sector privado dispone también de un espacio para la distribución de sus materiales en el interior de las oficinas.

Las oficinas, por su parte, editan información a medida para atender consultas específicas, como

pueden ser listados de recursos y servicios, programas de eventos, horarios, etc.

En cuanto a las fuentes de información, por lo general todas las oficinas disponen de una pequeña biblioteca de referencia y de un archivo temático donde clasifican recortes de prensa, folletos, hojas informativas, directorios, etc. Su conexión a Internet les permite hacer uso de otros recursos externos de información turística y atender, además, solicitudes de información por correo electrónico.

La *Agència*, a través del Servicio de Tecnologías de la Información y Publicaciones, dispone de un web de información turística, www.comunidad-valenciana.com, en el que ofrece extensa información de la Comunidad Valenciana, bases de datos de información turística, conexión a las webcam's instaladas en los principales destinos y fotografías navegables de los hoteles. La Red de oficinas colabora con este servicio en la revisión de datos y editando las páginas de programas de fiestas, eventos y actividades que se pueden consultar desde la Agenda de la Comunidad Valenciana.

Sin embargo, dos de las herramientas más importantes de trabajo para los informadores turísticos son el *Sistema de Información Turística de la Comunidad Valenciana* y *Touristnet*.

Como ya se ha dicho, desde la *Agència* se gestionan y centralizan las bases de datos de información turística mediante un sistema de información único en toda la Comunidad Valenciana, que nace desde la singularidad y aportación de cada destino, trabajado conjuntamente con todas las oficinas, homologando mecanismos de recogida, tratamiento y difusión de la información. Este sistema, que se materializa en la aplicación WINSITUR, recoge y gestiona más de 6.000 registros sobre la oferta turística. La aplicación está instalada en todas las oficinas y se actualiza con la colaboración de los informadores.

Durante el año 2000, se trabajó en la revisión del modelo de datos y en el análisis del sistema para diseñar una nueva aplicación de gestión de las bases de datos turísticas, que en breve sustituirá a WINSITUR. La nueva aplicación dispone de un módulo de mantenimiento que posibilita el almacenamiento y actualización descentralizada

de datos desde puestos de trabajo remotos, es decir, desde las propias oficinas. Se introduce también una nueva interfaz de consulta, con grandes prestaciones a la hora de configurar búsquedas y formatos de salida a medida.

Como ya hemos señalado, la introducción de tecnologías de la información ha facilitado mucho la creación de un equipo integrado de personas y servicios, por encima de las distancias geográficas. Después del uso generalizado del correo electrónico y de compartir recursos a través de la red informática, una de las mayores conquistas tecnológicas para consolidar el concepto de "red" ha sido la puesta en marcha de la Intranet *Touristnet*.

Además de permitir la gestión integral y dar apoyo a actuaciones tan importantes como el Plan de Calidad, *Touristnet* juega un papel fundamental en el intercambio de información en tiempo real, sobre las actividades turísticas que se desarrollan en cada uno de los municipios de la Comunidad Valenciana, información que es posible gracias a la proximidad territorial de las oficinas a los servicios, recursos, ofertas y eventos de interés turístico.

A través de *Touristnet*, los informadores comparten información sobre:

- Estadísticas de impacto del servicio.
- Políticas, normas y procedimientos para la gestión interna de la Red, agilizando el proceso de administración y logística.
- Oferta de formación y seguimiento de los cursos.
- Guías para el uso de herramientas de trabajo.
- Elementos de imagen disponibles para las oficinas.
- Seguimiento del Plan de Calidad.
- Foros de discusión para el trabajo en equipo y para someter algunos asuntos a la opinión de los informadores, etc.

• Plan de Formación Continua de la Red Tourist Info

La *Red Tourist Info* se propone, especialmente en estos últimos años, mejorar la profesionalización de los informadores buscando un servicio de

información eficaz y un trato personalizado al turista. Para ello cuenta con un Plan de Formación.

Gracias a él se está consiguiendo, además, estrechar el compromiso con las entidades locales de estabilidad en los puestos de trabajo. En los últimos años se ha visto una evolución entre los responsables de Turismo de los Ayuntamientos que han pasado de entender el puesto de informador como el de un mero expendedor de folletos, a valorarle como un profesional que aporta calidad al destino turístico. Al mismo tiempo, esta formación se convierte en un estímulo permanente para los propios informadores, ofreciéndoles mejoras reales para su trabajo.

Durante los últimos 4 años, los informadores turísticos tienen la oportunidad de asistir a una media de 2 sesiones de formación al trimestre. El contenido de los programas de formación, está condicionado por la introducción de nuevas tecnologías, como será el caso de la nueva aplicación de Winsitur, o por las líneas de actuación que se llevan a cabo, como en la actualidad el Plan de Calidad. En general, los programas de formación cubren las siguientes áreas temáticas:

- Informática: ofimática, autoedición, correo electrónico, navegación en Internet, edición de páginas web, tratamiento de imágenes, etc.
- Tratamiento de la información: al igual que en cualquier otro servicio de información, las oficinas han de controlar los procesos técnicos de tratamiento de la información para responder con rapidez y economía de medios a las demandas de sus usuarios. En este sentido, los informadores reciben formación para contar con una metodología común de acceso a fuentes de información, organización de contenidos y creación de productos informativos.
- Calidad y atención al cliente: como ya se ha comentado, la concepción del servicio que se presta en la oficina, recomienda formar a las personas que tratan directamente con los turistas sobre temas como calidad en la atención al cliente, atención de quejas y reclamaciones, publicidad en el punto de venta, técnicas de trabajo en equipo, etc.

Con la puesta en marcha del Plan de Calidad, está materia tendrá un peso excepcional en el Programa de Formación previsto para el presente año.

- Comunicación positiva del producto turístico mediante una imagen de calidad.

Si la calidad del servicio de información y la acogida al turista son fundamentales en los procesos de comunicación de un buen destino turístico, no lo son menos la imagen externa e interna de los escenarios en los que estos tienen lugar.

La *Agència*, además de preocuparse por la funcionalidad de los espacios, cuida especialmente la decoración de la zona de atención al público, la rotulación exterior y la señalización de las oficinas, adecuándolos a la imagen corporativa de la *Red Tourist Info*, vinculada a la marca turística Comunidad Valenciana.

La decoración de las oficinas intenta conjugar elementos de línea corporativa, como son los soportes para folletos, identificadores de sobremesa, rotulación interior y exterior, colores corporativos, etc., con elementos de decoración, como el mobiliario, la iluminación o la utilización de materiales autóctonos, más adaptables a las singularidades de estilo del destino en el que presta servicio la oficina.

El Plan de Señalización Turística de la Comunidad Valenciana

La señalización Turística: información con los pies en el suelo.

Las señales, los postes o los paneles que nos indican una ruta de interés, nos sugieren otras visitas o nos dicen que hemos llegado al lugar de destino, son todos ellos soportes de información turística que nos salen al paso para guiar *in situ* nuestros desplazamientos. En unas circunstancias en las que nos encontramos, desgraciadamente, con un tiempo limitado, con un espacio por delante para conocer y disfrutar y, lo más importante, con

unas elevadas expectativas de combinar exitosamente lo primero con lo segundo.

Entendida de manera amplia, la señalización turística es aquella parcela de la política turística de comunicación que pretende señalar sobre el territorio los recursos, ofertas y servicios turísticos, y servicios públicos que forman parte del producto turístico sobre el que actúa.

La señalización turística debe una extensión del sistema de información que cada destino turístico despliega sobre su territorio y, en la medida en que es un servicio post-venta más, también forma parte del propio producto turístico.

El Plan de Señalización Turística

La administración turística de la Generalitat Valenciana puso en marcha, en 1997, un Plan de Señalización Turística sin precedentes que tenía como marco de actuación todo el territorio de la Comunidad Autónoma. Que ha consistido en la instalación de una señal de diseño propio, basada en los colores de la marca turística Comunidad Valenciana, en cada uno de los accesos a todos los municipios y núcleos de población menor. La señal informa del nombre de la localidad a la que da acceso y, mediante unos pictogramas en relieve, de los recursos, servicios y oferta turística que el visitante puede encontrar en la misma.

Se han instalado 1900 señales de estas características por todo el territorio autonómico. Se trata de un elemento sencillo y claro de señalización dinámica, pensado para su lectura desde el vehículo a velocidades lentas, cuando se accede a los núcleos de población.

Este Plan nace como un instrumento adecuado para dar a conocer e integrar en el territorio los recursos, ofertas y servicios que forman el producto turístico, facilitando el acceso y la percepción *a priori* del mismo por parte de sus consumidores. Persigue, además, los siguientes objetivos:

- Introducir unos factores de identificación y diferenciación de la Comunidad Valenciana como destino turístico a través de una señalización singular. El visitante encuentra siempre el

mismo tipo de señal y código de comunicación a lo largo de todo el territorio.

- Articular el territorio a partir de una señal homogénea a instalar en todos sus municipios y núcleos menores de población. Lo que facilita enormemente la interpretación del espacio en lo que respecta a las localidades.

- Impulsar la señalización turística mediante una decidida actuación pública que pueda marcar pautas para otras actuaciones públicas y privadas. Para la puesta en marcha y ejecución del Plan, se ha contado con la colaboración de todos los Ayuntamientos de la Comunidad Valenciana.

- Integrar la señalización con otros sistemas de información sobre el territorio, como es la *Red Tourist Info*. La señal está rematada con la imagen corporativa de la Red, con el objeto de que el turista identifique posteriormente con facilidad los servicios que le pueden ampliar información sobre de los recursos que en ella se anuncian.

Esta señalización utiliza pictogramas para transmitir los recursos existentes en cada espacio mediante lenguaje internacional. En su diseño se consideró como premisa su universalidad, con unas pequeñas innovaciones que les dan un toque de identificación zonal.

Para su planificación y ejecución, se diseñó una herramienta informática para gestionar la información de las bases de datos de recursos y oferta turística, información territorial, toponimia, vías de comunicación, imagen de los pictogramas, permisos de instalación, etc. Que sirvió especialmente para controlar la implantación territorial de las distintas fases del Plan y de apoyo para el montaje en fábrica e instalación de las señales, mediante la edición de fichas con el aspecto final de cada señal y con sus datos y croquis de ubicación.

Como se ha visto, las estrategias de competitividad de la política turística en la Comunidad Valenciana cuidan especialmente el impulso de sistemas globales de información turística sobre el territorio, por lo que suponen en la mejora de las infraestructuras y servicios que el turista encuentra en este destino, en la implicación de los agentes públicos del sector en torno a un proyecto común que rentabilice recursos y en la comunicación de un producto homogéneo de calidad.

