

Actividad de la Oficina de Turismo de Viver – Año 2025

Durante el año 2025, la Oficina de Turismo de Viver (Tourist Info Viver), ubicada en el Espacio Cultural El Convento, ha desarrollado una labor orientada a la atención al visitante, la promoción del municipio y la implantación de un modelo de turismo sostenible, en línea con el Plan Estratégico de Turismo Sostenible (PETS) 2025–2028 aprobado por el Ayuntamiento.

1. Atención e información turística

La Tourist Info ha prestado atención personalizada tanto a visitantes como a población local, gestionando consultas presenciales, telefónicas y digitales. Se ha realizado el seguimiento de las visitas mediante el registro de datos y la elaboración de estadísticas a través del sistema de la Red Tourist Info de la Comunidad Valenciana, así como la creación reciente de una encuesta de satisfacción para conocer la experiencia de quienes visitan Viver.

En este sentido, **los datos** registrados y extraídos de las estadísticas de la Red Tourist Info en Viver **nos dicen** lo siguiente:

Durante el periodo analizado, la Tourist Info de Viver ha registrado un total de **1.205 atenciones**, de las cuales **1.187 corresponden a atenciones individuales** y **18 a atenciones a grupos organizados**. Estas cifras reflejan una actividad constante de atención directa al visitante y consolidan a la Oficina de Turismo como un servicio de referencia tanto para turistas como para personas que visitan el municipio de manera puntual.

En términos de volumen, el número total de personas atendidas asciende a **4.786**, distribuidas en **4.215 visitantes individuales** y **571 personas pertenecientes a grupos**.

Procedencia de los visitantes

La procedencia de los visitantes muestra una clara predominancia del ámbito autonómico y nacional: **4.710 visitantes** eran de origen nacional, de los cuales **4.533 personas** procedían de la Comunitat Valenciana. Únicamente **76 visitantes** procedían del extranjero.

En el caso de las atenciones individuales, aproximadamente el **95 % de las personas atendidas procedían de la Comunitat Valenciana**, lo que confirma que Viver es, actualmente, un destino con un marcado carácter regional y nacional, mientras que la presencia de visitantes internacionales sigue siendo reducida.

Estos datos indican que Viver funciona principalmente como destino de proximidad, lo que es coherente con su perfil de turismo cultural, de naturaleza y de escapadas de corta duración. Al mismo tiempo, abren la posibilidad de reforzar estrategias de promoción dirigidas a otras comunidades autónomas y, de forma progresiva, al mercado internacional.

Volumen y tipo de consultas

Las consultas atendidas permiten identificar con claridad los principales intereses de las personas que visitan el municipio:

- Las **actividades culturales** concentran el mayor número de consultas (**1.967**), situándose como el principal motivo de interés.
- Los **parajes naturales y rutas** generan también una alta demanda (**693 consultas**), lo que confirma el atractivo del entorno natural de Viver.
- Las consultas de **información local** (**1.183**) y otras cuestiones no estrictamente turísticas (**1.000**) evidencian que la Tourist Info cumple también una función de apoyo general al visitante y a la ciudadanía.

Asimismo, recursos concretos como el **CIBAL**, el **Parque de la Floresta**, el **Sargal**, la **Cooperativa de Viver** o el espacio cultural **AVAN 05** despiertan un interés notable, especialmente entre visitantes procedentes de la Comunitat Valenciana.

Por el contrario, el **Camino de Santiago**, con solo **4 consultas registradas**, es un recurso que todavía tiene un bajo nivel de demanda en la atención directa.

La Oficina de Turismo actúa como un punto de información integral, no limitado exclusivamente a la promoción turística. Al mismo tiempo, los datos muestran margen para reforzar la visibilidad de recursos menos conocidos y equilibrar la demanda entre los distintos productos turísticos existentes.

Participación regional, nacional e internacional

La práctica totalidad de las consultas relacionadas con actividades profesionales o encuentros tipo **MICE** proceden de la Comunitat Valenciana, lo que indica que este tipo de actividad tiene, por ahora, un alcance mayoritariamente local o comarcal.

De igual modo, la mayoría de consultas sobre rutas, gastronomía, exposiciones y recursos patrimoniales tienen origen autonómico, confirmando la importancia de consolidar la oferta regional, pero también la posibilidad de diseñar acciones específicas para atraer público nacional e internacional.

Tendencias y oportunidades detectadas

Del análisis de los datos se desprenden varias tendencias claras:

- El interés por **rutas y parajes naturales** confirma un crecimiento del turismo activo y de naturaleza.
- Las **actividades culturales** se consolidan como el principal eje del atractivo turístico de Viver.
- Recursos con menor demanda actual, como el Camino de Santiago, representan una **oportunidad estratégica de promoción y diversificación**.
- La elevada concentración de visitantes procedentes de la Comunitat Valenciana sugiere una cierta dependencia del mercado de proximidad, pero también una base sólida sobre la que ampliar la promoción a otros ámbitos geográficos.

Para qué sirve este trabajo

El registro y análisis de las visitas permite:

- Mejorar la información que se ofrece a quienes llegan a Viver.

- Diseñar nuevas rutas, materiales y actividades adaptadas a los intereses reales de los visitantes.
- Apoyar el comercio local, la cultura y los servicios del municipio.
- Planificar el turismo de forma sostenible, pensando en el bienestar de vecinos y visitantes.

En definitiva, desde la Oficina de Turismo de Viver se trabaja para que quienes nos visitan disfruten del municipio y para que el turismo sea una **herramienta útil para el desarrollo local y la calidad de vida en Viver**.

2. Comunicación y promoción

Actividades realizadas:

- Elaboración mensual de contenidos turísticos en medios comarcales.
- Redacción de notas de prensa en distintos medios.
- Difusión continua de eventos culturales, deportivos y turísticos en redes sociales y soportes digitales.
- La creación y puesta en marcha de la nueva web turística www.viveviver.es ha supuesto un paso importante en la mejora de la promoción del destino, al tratarse de una plataforma independiente de la web municipal y accesible tanto en castellano como en inglés, lo que amplía su alcance a un público más diverso.

Desde su lanzamiento y hasta el 31 de diciembre de 2025, los datos de uso reflejan una **buena acogida por parte de las personas usuarias**, con un total de **5.139 sesiones y 20.100 páginas vistas**, lo que indica un interés sostenido por los contenidos ofrecidos. El elevado número de páginas vistas por sesión pone de manifiesto que quienes acceden a la web navegan activamente por la información disponible.

Asimismo, el hecho de que el **sábado sea el día de la semana con mayor número de visitas** sugiere que la web se consulta principalmente en momentos de ocio y planificación de escapadas, lo que refuerza su utilidad como herramienta de apoyo a la actividad turística y a la toma de decisiones de quienes visitan o tienen intención de visitar el municipio.

3. Patrimonio y recursos turísticos

La Oficina de Turismo ha impulsado y gestionado diversos recursos, entre los que cabe destacar:

- Gestión de visitas al CIBAL y exposiciones del Espacio Cultural El Convento.
- Colaboración en el diseño y promoción de nuevas rutas: Rutas Saludables, Ruta literaria de Max Aub, folleto Las Caleras, nuevo mapa turístico del municipio y alrededores.
- Apoyo en eventos de alcance nacional: I Congreso de Historia y Patrimonio de Viver, jornadas “Leer es un derecho”, jornadas Max Aub.
- Trabajo en proyectos estratégicos: Camino de Santiago, Camino del Grial, Vía Verde y futura colección museográfica.

La atención registrada a exposiciones y recursos demuestra una demanda real por la oferta cultural local y justifica continuar la inversión en conservación, señalética y programación.

4. Coordinación y trabajo en red

Desde turismo, se ha trabajado en los siguientes aspectos:

- Colaboración con otras concejalías, la Mancomunidad del Alto Palancia y agentes privados.
- Primeras iniciativas de colaboración público-privada para apoyar al comercio y servicios locales.
- Inicio del proceso para la implantación de la Q de Calidad Turística (Norma ISO 14785:2015) en la Tourist Info.

5. Formación, sostenibilidad y accesibilidad

- Formación del personal: cursos en IA aplicada a comunicación, Canva y redes sociales, primeros auxilios, turismo sostenible y accesible.
- Accesibilidad: adquisición de un bucle magnético para atención a personas con audífonos y formación específica del personal de la oficina en accesibilidad física y
- Sostenibilidad: Elaboración y publicación de una política de sostenibilidad y calidad de turismo de Viver; campañas de sensibilización medioambiental en redes y coordinación con la concejalía de Medio Ambiente para la protección de recursos naturales.

Conclusiones generales

Viver en 2025 se consolida como destino de proximidad con una clara demanda por cultura y naturaleza.

La Tourist Info desempeña un papel central como punto de referencia para visitantes y población local, tanto en atención directa como en dinamización de productos turísticos.

Existen oportunidades claras para aumentar la captación de visitantes nacionales e internacionales (actualmente estas últimas representan un 2,4% de las atenciones) y mejorar la recogida de datos sobre alojamiento y duración de estancias para medir mejor la conversión a pernoctaciones y si la falta de alojamiento turístico reglado está estrangulando esta posibilidad.

En conjunto, la actividad desarrollada desde la Oficina de Turismo de Viver en 2025 refleja una apuesta por un turismo organizado, sostenible y alineado con el desarrollo local, contribuyendo a posicionar Viver como un destino con identidad, patrimonio y calidad de vida.