

PONENCIA: “POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOYO A LA CREACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO”.

Dña. Dolores Álvarez Riestra

Directora de la División

Subdirección General de Calidad e Innovación Turísticas

LA SUBDIRECCIÓN GENERAL DE CALIDAD E INNOVACIÓN TURÍSTICA

- Bajo la dependencia de la Secretaría General de Turismo, la SGCIT tiene encomendadas las siguientes funciones:
 - Elaborar los planes generales que faciliten el fomento de los productos turísticos y contribuyan a la mejora de la calidad e innovación tecnológica de las empresas turísticas y de la cooperación interempresarial.
 - Identificación de nuevos recursos turísticos.
 - Diagnóstico y valoración de factores que afectan a la oferta turística.
 - Diseño de estrategias encaminadas al desarrollo y mejora de los productos y destinos turísticos.

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE CALIDAD E INNOVACIÓN TURÍSTICA (SGCIT)

- CALIDAD
- INICIATIVA DE MODERNIZACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS MADUROS
- NUEVOS PRODUCTOS
 - RUTAS DEL VINO
 - ESTACIONES NÁUTICAS
- TURISMO ACTIVO Y TURISMO DE NATURALEZA
- PLANES DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

PLANES DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- **LOS PLANES DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO** - Un PLAN es un instrumento de intervención pública que, mediante la firma de un Convenio articula la colaboración de las tres Administraciones Públicas (General del Estado, Autonómica y Local) para desarrollar proyectos turísticos en un destino determinado.



Parque de Ribera y Baño en San Martín. Campoo los Valles

EL NUEVO ENFOQUE DE LOS PLANES

PLANES DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

- LA CREACIÓN Y CONSOLIDACION DE PRODUCTO TURÍSTICO COMO EJE DE ACTUACIÓN
- MAYOR IMPLICACIÓN DE LOS ACTORES
- IMPORTANCIA DE LA COMERCIALIZACIÓN
- MAYOR PESO DE LOS CRITERIOS AMBIENTALES
- IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN

TIPOLOGÍA DE ACTUACIONES

- **ADECUACIÓN DEL MEDIO URBANO**
 - Equipamiento, Ajardinamiento y embellecimiento, Recuperación del Casco Urbano, Recuperación del Patrimonio Histórico...etc
- **ADECUACIÓN DEL ESPACIO NATURAL**
 - Recuperación y regeneración medioambiental, Adecuación de Espacios Naturales, Estudios y proyectos medioambientales
- **PRODUCTO TURÍSTICO**
 - Definición de productos, Diversificación y nuevos productos, Servicios Públicos al Turista
- **MARKETING Y COMUNICACIÓN**
 - Acciones de promoción y comercialización, Estudios y Proyectos
- **GESTIÓN CALIDAD Y DINAMIZACIÓN**
 - Apoyo a la gestión, Formación, Programas de Calidad

LOS PLANES EN GRANDES CIFRAS

- Hasta el momento se han aprobado **233 Planes**
- La inversión total realizada hasta el momento en el programa de Planes, por las tres Administraciones asciende a **686.444.787,87 € constantes**
- La inversión total realizada por la **SGT**, hasta el momento, en el programa de Planes, asciende a **226.977.426,70 € constantes**
- En Mesa de Directores Generales de Turismo de 25 de junio de 2007 se aprobaron los últimos **17 Planes** de Dinamización del Producto Turístico por un importe total aproximado de **49 millones de euros**.

LA CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

➤ **La creación de producto turístico implica:**

- La centralización y puesta en el mercado de recursos, atractivos y servicios
- La transformación o el enriquecimiento de un recurso
- La integración de diversas prestaciones de calidad homogénea
- La atribución de una imagen de marca común
- La comunicación con el mercado

ELEMENTOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- Recurso turístico
- Bienes y servicios
- Infraestructuras y equipamientos
- Gestión
- Imagen de Marca
- Precio

FASES DE CREACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- Fase Inicial: Detección y definición del producto
 - Realización de estudios
- Fase de diseño piloto del producto turístico
 - Análisis de la demanda
 - Análisis de los actores implicados
 - Selección del ámbito geográfico y de los servicios
- Fase de diseño en profundidad y puesta a punto del producto turístico
 - Asistencia técnica a los empresarios
 - Acciones formativas
- Fase de consolidación del producto
 - Creación de estructuras de comercialización
 - Promoción y comercialización del producto

ASISTENCIA TÉCNICA A LA CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS

¿EN QUÉ CONSISTE LA ASISTENCIA TÉCNICA?

- **Apoyo y asesoramiento a:**
 - Creación de estructuras de gestión
 - Acciones formativas a los empresarios
 - Definición de estándares de producto
 - Agrupación de los empresarios bajo una marca común
 - Creación de estructuras de comercialización

RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA

- Ruta del Vino: producto creado a partir de la integración de recursos y servicios turísticos de interés en una zona vitivinícola.
- El eje temático de la Ruta es la viticultura.
- Preferiblemente deberá abarcar varios municipios de una o varias Denominaciones de Origen.
- Entre los fines del proyecto se encuentran:
 - **Optimización de la comercialización conjunta,**
 - **Incremento del nivel de satisfacción de la demanda,**
 - **Desarrollo socio-económico integral del territorio.**

REQUISITOS DE UNA RUTA DEL VINO

- **La Ruta del Vino deberá estar integrada como mínimo por los siguientes recursos:**
 - 15% de las bodegas de la zona que cumplan la totalidad de los requisitos de acreditación.
 - Un volumen de oferta representativa: mínimo 5 establecimientos de restauración, 3 establecimientos de alojamiento, 2 comercios de productos enológicos.
 - La Administración Turística y las Asociaciones Empresariales de Hostelería y Restauración deberán tener, preferiblemente, representación en el Ente Gestor.

RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA

- Promotores: ACEVIN y la Secretaría General de Turismo
- Este producto desarrolla una serie de normas de autorregulación que recogen
- los estándares de calidad que debe reunir una Ruta del Vino
- Actualmente el proyecto se encuentra en su cuarta fase.

- Participan 19 Rutas, estando 11 de ellas certificadas

PARTICIPANTES

- Andalucía: RV Condado de Huelva, RV Marco de Jerez, RV Montilla Moriles
- Aragón: RV Somontano
- Canarias: RV Tacoronte Acentejo, RV Ycoden-Daute Isora
- Castilla la Mancha: RV La Mancha
- Castilla León: RV Ribera del Duero
- Cataluña: RV Penedés
- Comunidad Valenciana: RV Utiel Requena, RV Alicante
- Extremadura: RV Ribera del Guadiana
- Galicia: RV Rías Baixas, RV Ribero
- La Rioja: RV La Rioja, RV La Rioja Alavesa
- Murcia: RV Jumilla, RV Bullas
- Navarra: RV Navarra

CONVENIO TURESPAÑA- ACEVIN – MAPA

Convenio firmado el 2 de Junio de 2006 entre el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el Instituto de Turismo de España y la Asociación Española de Ciudades del Vino, para el desarrollo de actuaciones de promoción turística y apoyo a la comercialización de las Rutas del Vino de España en los mercados internacionales.

- **Vigencia: 2006-2008**
- **En el Convenio se marcan 5 líneas de actuación:**
 - Desarrollo del club del producto Rutas del Vino de España
 - Desarrollo de la imagen de marca y estrategias de comunicación
 - Marketing y comercialización on line
 - Edición de material promocional
 - Acciones de apoyo a la comercialización (participación en ferias, encuentros profesionales, viajes de prensa, etc.)
- **Beneficiarios de las actuaciones: sólo Rutas Certificadas, es decir que cumplen las normas de autorregulación de la propia Asociación.**

RED ESPAÑOLA DE ESTACIONES NÁUTICAS

- Este proyecto tiene como finalidad poner en marcha mecanismos que permitan integrar la oferta deportiva náutica con el alojamiento, la restauración, el transporte y otros servicios complementarios de un destino, diseñando productos conjuntos bajo una marca nacional.
- Impulsado desde la Secretaría General de Turismo, se encuentra en la actualidad en una quinta fase de implantación, perfeccionamiento del producto.
- Este producto turístico integra un total de 22 Estaciones Náuticas.

BENEFICIOS DEL PROYECTO

Para el Cliente:

- Facilita, simplifica, abarata y hace más atractivo el Consumo del producto.
- Se puede practicar más de una actividad
- Interlocutor único
- Servicio más amplio y profesional

Para el Empresario:

- Creación de una marca conjunta
- Asistencia mutua y colaboración
- Explotación de un nicho de mercado creciente y dinámico
- Desestacionalización de la demanda
- Comercialización conjunta

PARTICIPANTES

- **Andalucía:** Costa Tropical, Isla Cristina, Bahía de Almería
- **Asturias:** Gijón Costa Verde, Llanes
- **Illes Balears:** Maó, Fornells, Ciutadella, Santa Eularia, Sant Antoni
- **Cataluña:** L´Estartit- Illes Medes, Badía Palamós-Calonge-Sant Antoni, Santa Susanna, Vilanova i la Geltrú, Salou-Cambrills-Mont Roig
- **Comunidad Valenciana:** Columbretes, Marina Alta, Bahía de Altea, Alicante el Campello y Santa Pola
- **Galicia:** Rías Baixas, Ribadeo
- **Murcia:** Mar Menor

TURISMO ACTIVO Y TURISMO DE NATURALEZA

Este área se encarga de mejorar la integración entre el medio ambiente y el turismo a través de estrategias de desarrollo sostenible, apoyando la creación de productos de turismo de naturaleza y turismo activo, fomentando la coordinación y participación de las instituciones implicadas.

- El PICTE contempla entre sus objetivos “la sostenibilidad sociocultural y medioambiental de la actividad turística”
- Los principales proyectos:
 - Creación de Paquetes de Ecoturismo en Parques acreditados con la CETS
 - Ruta de las Dehesas
 - Ruta del Jamón Ibérico

CREACIÓN DE PAQUETES DE ECOTURISMO EN PARQUES ACREDITADOS CON LA CETS

La Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) es un instrumento de programación del uso público de los parques y del turismo en el área de influencia socioeconómica del espacio protegido.

España es uno de los países que cuenta con un mayor número de espacios protegidos acreditados con CETS, con un total de **15 Parques acreditados**

Objetivo: crear **productos de ecoturismo en los Parques acreditados** con la Carta Europea de Turismo Sostenible (**CETS**)

Hasta el momento, se han diseñado **32 paquetes de ecoturismo** y se ha implicado a **135 empresarios**.

PARTICIPANTES

- **Andalucía:** Parque Nacional y Parque Natural de Sierra Nevada, Parque Natural de Cazorla, Segura y Las Villas, Parque Natural de los Alcornocales, Parque Natural de Grazalema, Parque Natural de Sierra de Aracena y Picos de Aroche, Parque Nacional y Parque Natural de Doñana, Parque Natural Sierra María-Los Vélez, Parque Natural Sierra de Cardena y Montoso, Parque Natural Sierra Magina, Parque Natural Sierra Norte de Sevilla, Parque Natural de Breña y Marismas del Barbate, Parque Natural Sierra de las Nieves.
- **Cataluña:** Parque Natural de la Zona Volcánica de La Garroxa, Parc Natural del Delta de l'Ebre
- **Asturias:** Parque Natural Somiedo

RUTA DE LAS DEHESAS

En el año 2006 se realizó un estudio sobre la posibilidad de crear rutas turísticas basadas en el aprovechamiento turístico de los productos agroalimentarios ligados a las dehesas (jamón ibérico, quesos, carnes de ganado extensivo).

Ámbito geográfico: Comunidades Autónomas de Andalucía, Extremadura y Castilla y León.

TURISMO ORNITOLÓGICO

- España cuenta con numerosos espacios para la observación de las aves
- Extremadura es la región más rica en aves en la Europa Occidental
- En el año 2006 se realizó un estudio sobre la demanda de turismo ornitológico en Extremadura
- **Resultados:**
 - Identificación de las principales características del turista ornitológico tanto extranjero como español
 - Recomendaciones generales acerca de la promoción de este tipo de turismo.
 - Recomendaciones sobre el diseño de la oferta o la planificación de los productos turísticos entre otros aspectos.

LA CALIDAD EN EL PRODUCTO TURÍSTICO

APOYO DE LA CALIDAD AL PRODUCTO

El área de calidad contribuye, mediante la implantación del Sistema de Calidad Turístico Español (SCTE) a la consecución de la excelencia en los productos turísticos.

- Entre los beneficios que supone la implantación del SCTE destacan los siguientes:
 - Incremento de la satisfacción del consumidor final
 - Fijación de estándares de prestación de servicios
 - Reingeniería y simplificación de los procedimientos de prestación de servicios
 - Identificación de buenas prácticas de servicio

Algunos ejemplos:

- Villas termales, con 7 destinos
- Villas marineras, con 8 destino
- Ciudades Patrimonio de la Humanidad, con 11 destinos
- Camino de Santiago, con 8 destinos
- Ruta de la Plata, con 6 destinos
- Ruta del Quijote (en fase de creación)

LA PROMOCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO: TURESPAÑA

LA PROMOCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- **Plan de Objetivos de Promoción Exterior 2007**
 - **Eje 3: Desarrollo de Producto y Comercialización**
 - **Objetivo:** *Facilitar la comercialización de los productos turísticos en línea con las necesidades y oportunidades presentes en los mercados internacionales para cada segmento. Apoyar la creación de clubs de producto, y la utilización de las técnicas de marketing que en cada caso promuevan el uso de los canales de distribución más efectivos.*

LÍNEAS DE PROMOCIÓN DE TURESPAÑA

- Turismo de Sol y Playa
- Turismo Cultural
- Turismo de Reuniones
- Turismo Deportivo y de Naturaleza (Golf, Náutico, Esquí y Montaña)
- Turismo Rural y Activo
- Turismo de Salud y Bienestar
- Desarrollo de nuevos productos turísticos a través del apoyo a los Club de Producto (Estaciones Náuticas, Rutas del Vino, Estaciones Termales, Incentivos y Congresos, Turismo idiomático y campings)
- Apoyar la comercialización de nuevos destinos y productos bajo marcas interregionales (España Verde, Pirineos, Camino de Santiago, Ruta Vía de la Plata y Ciudades Patrimonio de la Humanidad)

