

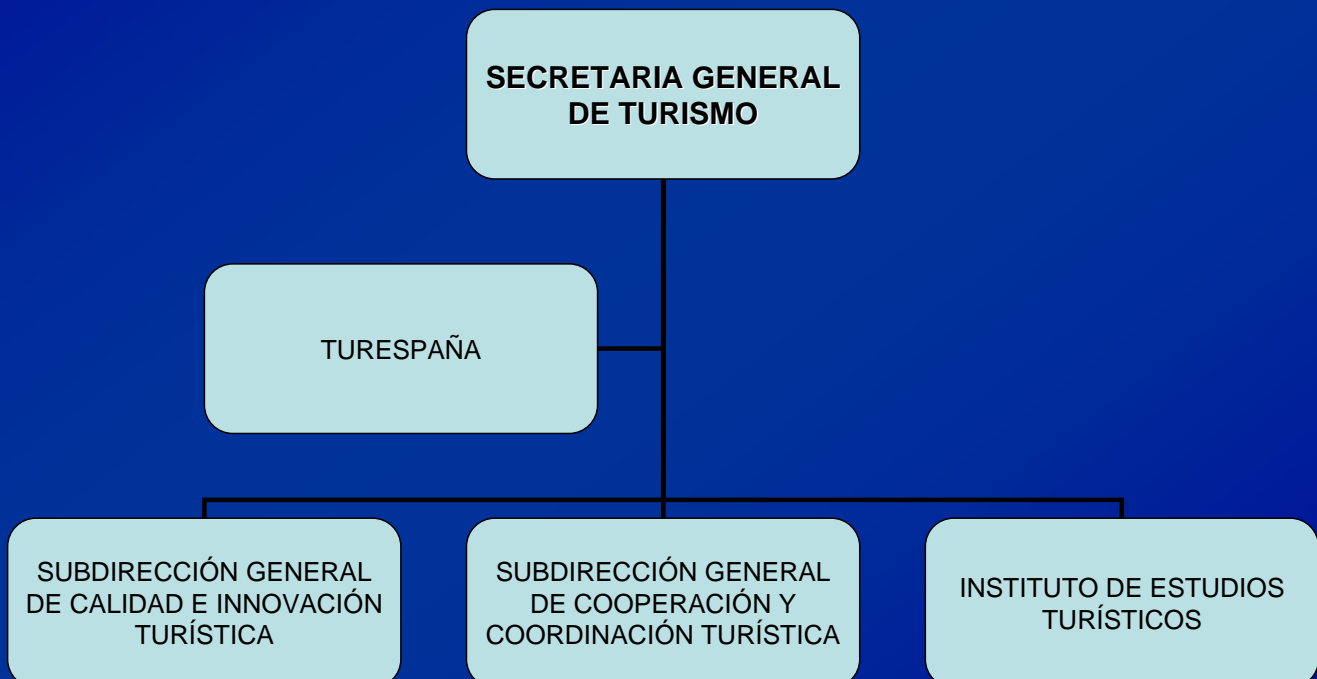


POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOYO A LA CREACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Noviembre 2007



ORGANIGRAMA DE LA SECRETARIA





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.



PRINCIPALES ÁREAS SGCIT





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

- **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.



RED ESPAÑOLA DE 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



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 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 Maria-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 destinos
- **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.*

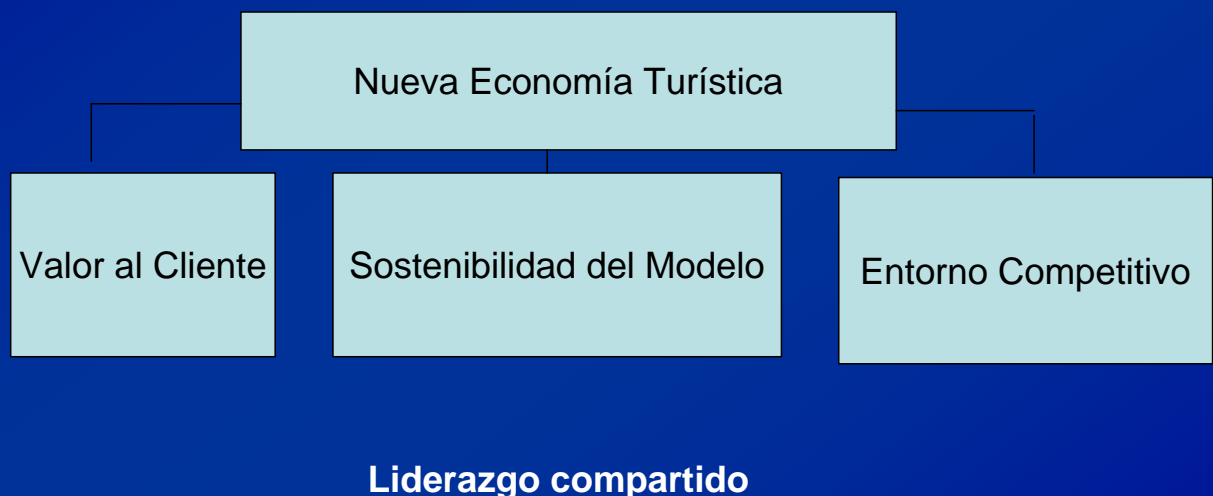


LÍNEAS DE PROMOCIÓN DE TURESPAÑA

- 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)



Objetivos y estrategias del turismo español en el Horizonte 2020





Plan Turístico Español 0812

Ejes y programas



Muchas Gracias por su atención