



## **EL MÉTODO CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO**

**Jornada "Producto turísticos gastronómico basado en la calidad diferenciada"**

**RED RURAL NACIONAL. 22/02/2018. Cáceres.**

**Ricardo Blanco Portillo. Jefe de Área de Turismo Sostenible**

**Subdirección Gral. de Desarrollo y Sostenibilidad Turística.**

**SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO**



## 1. ¿PARA QUÉ?

*Ayudar a crear experiencias turísticas atractivas para la demanda.  
Diversificar oferta.*

*Diferenciar a los destinos y empresas turísticas que adapten sus servicios para ofrecer experiencias del producto.  
Cooperar entre las AA.PP gestoras*

CLUBES DE PRODUCTO

*Contribuir al desarrollo turístico sostenible de los destinos*

*Contribuir a mejorar la rentabilidad de las pymes turísticas para generar empleo y beneficios.  
Fomentar la cooperación público-privada*



## ¿Qué es un producto turístico?

**Suma de componente tangibles e intangibles que incluyen:**

*Recursos y atractivos del territorio o destino*

+

*Equipamientos e infraestructuras para acceder al recurso*

+

*Servicios turísticos básicos (alojamiento, restauración)*

+

Servicios turísticos especializados en el recurso (guías)

+

Actividades complementarias (compras,...)

+

Con unos valores simbólicos (vinculación con patrimonio)

PARA

**Atraer a determinados grupos de consumidores a los que podemos satisfacer una motivación específica**



# ¿QUÉ ES UN CLUB DE PRODUCTO?

- **Es un método para transformar recursos turísticos en productos que proporcionen al turista una experiencia por encima de la simple suma de los servicios turísticos consumidos.**
- El método club de producto turístico **no es sólo:**
  - **un nombre para la promoción** diferencial de un conjunto **de empresas** ubicadas en ciertos destinos.
  - Un **convenio** para hacer promoción del producto/destinos.
- Es mucho más: sirve para **identificar las necesidades de creación del producto y para organizar a los actores implicados** para acometer las acciones que lo impulsen.
- Es una **herramienta para trabajar en red con el sector privado y con los gestores de un ámbito geográfico definido a nivel legislativo**, con **gestión activa del recurso**, estableciendo requisitos para los territorios y, por tanto, prestando especial atención a la sostenibilidad del mismo.



Acciones de cada actor: rojo  
Administración turística, en verde Ad.  
Gestora del recurso, en azul sector  
privado.



## ¿QUÉ ES UN CLUB DE PRODUCTO? (cont.)

- **También son una marca o sello territorial a distintos niveles (nacional, internacional), con el fin de involucrar a los empresarios turísticos a comunicar la esencia del territorio o del recurso en el que se basa el producto, procurando satisfacer a la demanda turística.**
- El club **se basa en un “sistema de acuerdos voluntarios”** por el que se establecen unos **compromisos que deben cumplir los actores que forman parte del club: las empresas turísticas y los gestores de los recursos**, y en contraprestación de su cumplimiento el club de producto otorga **beneficios para los empresarios adheridos**, ya sea en la promoción, en formación, en interlocución con las administraciones, ahorro de costes, mejoras ambientales, etc.
- Los ***requisitos del club están orientados a adaptar el recurso para hacerlo visitable e interpretable por la demanda***, y a adaptar los establecimientos y servicios turísticos a las preferencias de los consumidores del producto. También **los requisitos están orientados a garantizar un uso sostenible del recurso.**



## CARACTERÍSTICAS DEL MÉTODO

- Se fundamenta en un **tema concreto y común** con capacidad de atracción de la demanda turística nacional e internacional.
- **Metodología de implantación común y consensuada.**
- **Dispone de herramientas para su implantación:** manual de producto, requisitos de adhesión para elementos que lo componen (gestores del destino, subsectores turísticos), procedimiento para implantación del Club, y modelo único de gestión con capacidad para adaptarse a las situaciones locales.
- Se basa en el **consenso y en la libre aceptación de las normas (requisitos, procedimientos)** por todas las partes interesadas.
- **Sistema de tipo voluntario** que no se rige por normas certificadas al uso.
- **Establece vínculos entre el gestor del recurso y los prestadores de los servicios turísticos.**
- Dispone de una **unidad de gestión: ente gestor del producto.**
- *Método abierto a revisiones.* Conlleva una evaluación periódica y un seguimiento de resultados continuo.
- **Se aplica en varias fases** que implican a la SET y a Turespaña, además de al resto de AAPP, al sector privado y al consumidor o turista.
- **Conlleva cooperar de forma efectiva** (en promoción, seguimiento, etc).



## **VENTAJAS DEL PRODUCTO DISEÑADO POR ESTE MÉTODO**

Los gestores de los destinos y las empresas de turismo adheridas tienen los siguientes beneficios:

- Interlocución común y representatividad.
- Formación para adaptar sus servicios a los requisitos del club.
- Promoción bajo un nombre comercial atractivo.
- Capacidad para atraer a la demanda.
- Mejora de la imagen de la empresa.
- Una garantía para el consumidor.
- Herramientas comunes que ahorran costes colectivos e individuales.
- Trabajo en red entre los destinos y las empresas.
- Cooperación institucional y cooperación público – privada.
- Promoción específica y diferenciada (nacional e internacional).
- Seguimiento que hace la estructura de gestión o gerencia del club.
- Evaluación de resultados: retorno de la inversión.





# CLUBES DE PRODUCTO DE LA SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO

**Objetivo:** Crear nuevos productos turísticos.

- **Temáticos y especializados**, dirigidos a segmentos concretos de la demanda.
- **Desestacionalizadores.**
- De carácter **supra-autonómico.**
- **Experienciales.**
- **De calidad y sostenibilidad** conforme a **requisitos.**
- Con **alta capacidad de penetración** en los mercados.
- Que permitan **diferenciar destinos.**
- Que fomenten el **equilibrio territorial** y el **desarrollo socioeconómico local.**



## **Ejemplos de clubes de productos a nivel nacional:**

- **Rutas del Vino de España, paisaje y patrimonio con los mejores vinos de España.** Asociación Ciudades del Vino de España (ACEVIN):  
[www.wineroutesofspain.com](http://www.wineroutesofspain.com)
- **Ciudades Patrimonio de la Humanidad, lo mejor de nuestra cultura y patrimonio histórico.** Asociación Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad:  
[www.ciudadespatrimonio.org](http://www.ciudadespatrimonio.org)
- **Saborea España, lo mejor de la gastronomía española.** Asociación Saborea España: [www.tastingspain.es](http://www.tastingspain.es)
- **Ecoturismo en España, lo mejor de la naturaleza española:** <http://soyecoturista.com>
- **Spain Cares: los mejores tratamientos para tu salud.** <https://spaincares.com/es>
- **Spain Convention Bureau: los mejores lugares para congresos y convenciones.** <http://scb.es/>



# EL CLUB DE PRODUCTO RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA







## El club organiza a los actores implicados para cooperar.

- Las **administraciones gestoras del recurso** *regulan el recurso en el que se basa el producto (Denominaciones de Origen, IGP, etc.)*
- Las **administraciones turísticas** *regulan y subvencionan a las empresas, promocionan los destinos y a los empresarios en el territorio correspondiente.*





## Los actores implicados.

### Contar con el turista para diseñar el producto.

**Los empresarios** son conscientes de que los recursos “agro” **son un valor añadido** a su oferta: oportunidad de negocio.

**Las agencias de viajes, operadores turísticos (portales)** organizan viajes y **seleccionan a los empresarios locales** que van a proporcionar las experiencias turísticas a sus clientes.

**Población local y propietarios de viñedos.**

**Los TURISTAS** desean experiencias y participar activamente, **SENTIRSE COMUNIDAD.**





# ECOTURISMO EN ESPAÑA

un conjunto de experiencias en destinos garantizados por sistemas de acreditación de sostenibilidad turística que vinculan a las empresas con los gestores de ENP



ENP CON LA CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE



RED DE RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS



RED NATURA 2000



GEOPARQUES





## **CONCLUSIONES:**

Formar parte de un Club de Producto supone sumarse a un proyecto con una imagen de marca vinculada a España.

Mejorar la calidad del destino y sus empresas de turismo.

Fomentar el desarrollo sostenible local.

Beneficiarse de la promoción conjunta.

Conocer el seguimiento de la demanda.

Trabajar en una red de destinos turísticos especializados sin renunciar a otros productos turísticos del destino.

Sería deseable conocer mejor la comercialización online y la rentabilidad del producto y el retorno de la inversión.



Gracias por su atención

[rblanco@minetad.es](mailto:rblanco@minetad.es)

Subdirección de Desarrollo y Sostenibilidad Turística



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE ENERGÍA, TURISMO  
Y AGENDA DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO