

CreaTurisme

Modelo de gestión y
organización de la
estrategia



¿Qué es *CreaTurisme*?

“*CreaTurisme* es la estrategia de la Agència Valenciana del Turisme para el desarrollo e impulso de programas de producto turístico altamente especializados, segmentados y de base experiencial”

Mediterráneo
EN VIVO

¿Cuáles son sus objetivos?

“Impulsar la diferenciación turística de la oferta turística valenciana y el desarrollo de productos turísticos aptos para su paquetización y comercialización”

Mediterráneo
EN VIVO

¿Quién participa?

“Cualquier empresa o servicio turístico de la Comunitat, destinos o agentes territoriales, agentes sectoriales e iniciativas de producto existentes como clubes de producto”

Mediterráneo
EN VIVO

Introducción y contexto general

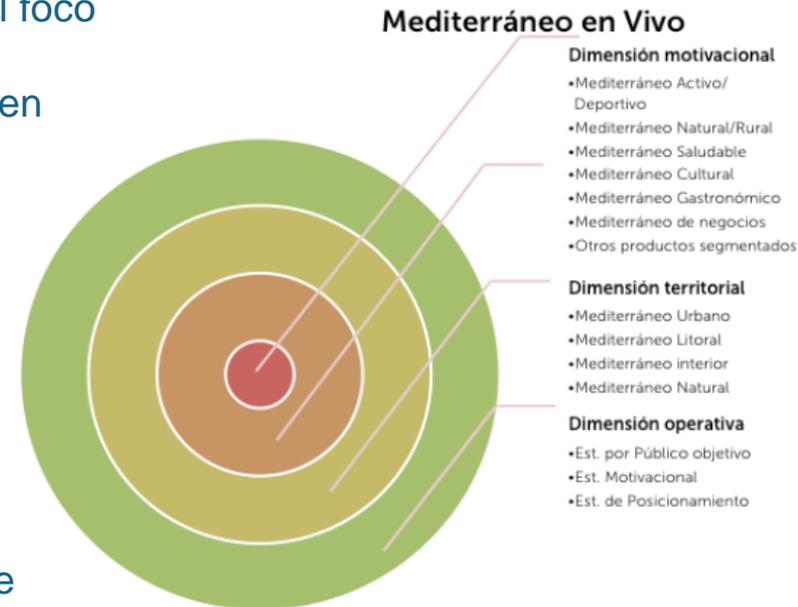
Análisis de la situación del ecosistema de productos turísticos de la Comunitat atendiendo tanto a sus características y potencialidades, con el objetivo de conseguir un portfolio de productos de oferta turística experiencial de la Comunitat Valenciana amplio y diverso partiendo de un enfoque unidimensional con 6 grandes ejes de producto que pivotan sobre el claim central del nuevo posicionamiento turístico basado en el concepto.



Alineamiento estratégico del modelo CreaTurisme

La nueva Ley de Turismo y Hospitalidad de la Comunitat Valenciana así como el Libro Blanco del Turismo Valenciano establecen como directrices la **vertebración territorial**, la **organización operativa** y la **orientación al mercado** lo que conlleva la introducción de 3 nuevas dimensiones:

- **La dimensión motivacional** que permite mantener el foco de la estrategia CreaTurisme sobre los elementos que determinan la elección del destino por parte del turista en base a la motivación del viaje a realizar.
- **La dimensión territorial** enriqueciendo el modelo de desarrollo de productos segmentados con matices territoriales y a la vez que facilita la participación en el modelo de diferentes agentes de carácter territorial.
- **La dimensión operativa** del modelo establece estrategias operativas en función del público objetivo, los productos temáticos y aquellos impulsados como de posicionamiento estratégico.



Diagnóstico general del modelo y los programas actuales

9 parámetros de valorización

Estructuración actual del
programa

Valorización actual del producto

Capacidad dinamizadora del
producto en el destino territorio

Implicación de
los agentes

Existencia de
oferta
relacionada

Atractivo del
segmento/Merca
do

Incidencia del
producto en el
posicionamiento
turístico de la
Comunitat

Capacidad
destacionalizador
a del producto

Preexistencia de
estructuras de
producto

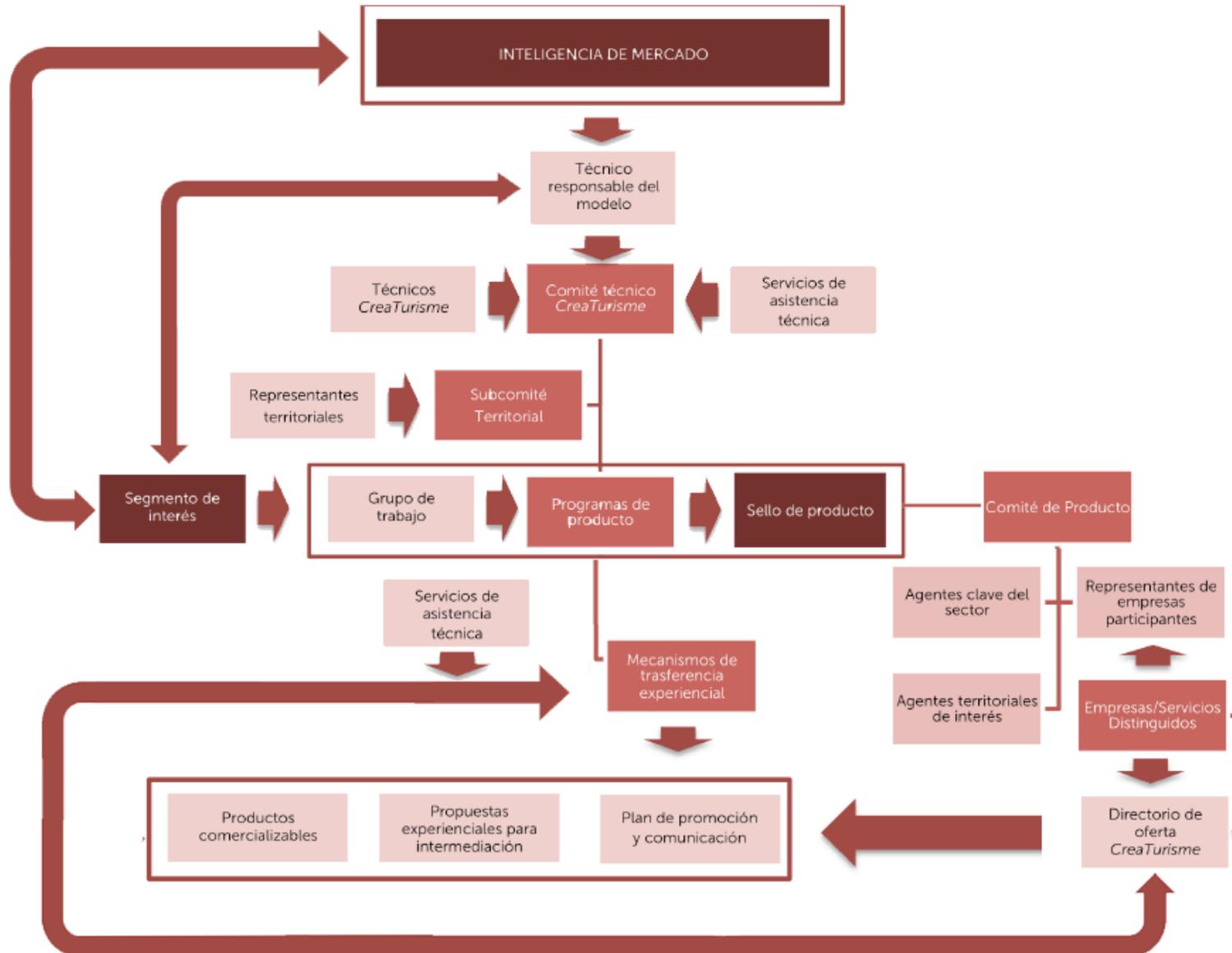
Estructura organizativa del modelo CreaTurisme

El modelo **CreaTurisme** se estructura en torno a los siguientes mecanismos o instrumentos que facilitan la participación de todos los agentes clave, bajo los criterios de **gobernanza colaborativa** y **corresponsabilidad**, claves para garantizar el éxito.

Mecanismos definidos

- **Grupos de trabajo de producto**, suponen la fase previa al lanzamiento del programa de **CreaTurisme**. Coordinados por Turisme y con participación de agentes clave. Definirá las reglas de juego del producto.
- **Programas de producto**. Conformados por las **empresas adheridas** una vez se hayan cumplido los requisitos para su participación y por tanto serán miembros de pleno derecho y se certificarán por medio de un **sello CreaTurisme**.
 - **Comité de producto**: máximo órgano de gobierno del programa de producto. Formado por Turisme, los agentes clave y una representación de empresas y/o servicios. Será responsable de la implementación y desarrollo del programa de producto y por tanto de los **mecanismos de transferencia experiencial** (rutas, redes...).
 - **Sellos de producto CreaTurisme**: reconocimiento a la participación de las empresas y servicios en los programas de producto y el cumplimiento de requisitos.
 - **Comisión territorial CreaTurisme**: comisión de coordinación de los ámbitos territoriales implicados en la estrategia y de gobernanza colaborativa.
 - **Cuerpo de verificación**: técnicos y/o profesionales destinados a verificar el cumplimiento de los requisitos de los programas de producto CreaTurisme.

Organigrama funcional del modelo
CreaTurisme



Niveles de desarrollo en función del grado de madurez

Los programas de producto se clasifican en función del nivel de madurez de la iniciativa de desarrollo de producto.

Estadios de desarrollo

- **Segmento de interés:** nivel de inicio por parte de Turisme para el desarrollo de una nueva estrategia sobre un producto. Puede partir de la identificación de nuevas oportunidades desde la inteligencia de mercados o por la existencia de un colectivo de interés que proponga el lanzamiento del programa.
- **Grupo de trabajo:** una vez validado el interés por Turisme se constituirá el grupo de trabajo con un técnico asignado y en el que se implicará a los agentes del sector. El grupo de trabajo dimensionará el programa, su alcance territorial, sectores potenciales, requisitos de participación, proceso de adhesión, etc.
- **Programa de producto:** establecidas las bases de funcionamiento del programa, Turisme constituirá el programa de producto al que las empresas y entidades puedan adherirse:
 - Turime promoverá la adhesión al programa.
 - Los aspirantes pertenecerán a los sectores clave definidos y deberán cumplir los requisitos establecidos.
 - La adhesión al programa comportará la obtención del sello y la participación en el programa de beneficios.
 - Turisme verificará los requisitos y establecerá el programa de beneficios CreaTurisme, tanto genéricos como específicos de cada programa

Requisitos y beneficios de participación en los programas

La organización de los programas conlleva un conjunto de requisitos y beneficios que delimitan el marco general de participación de las empresas, entidades y servicios objeto del programa.

Requisitos

- Generales del modelo: de carácter transversal y comunes a todos los programas establecen el marco básico de participación.
- Sectoriales y de servicio: conjunto de servicios, equipamientos e instalaciones de carácter sectorial u oficio que garantizará unos estándares mínimos de calidad.
- De Producto: concretos para la participación en un programa específico. Serán definidos por el grupo de producto para el ajuste de la oferta al producto.

Estos requisitos serán revisados y actualizados por los comités de producto

Beneficios

- Sello distintivo Creaturisme del producto.
- Elaboración de material promocional específico del producto.
- Microsites temáticos de producto y participación en la estrategia digital de Turisme.
- Integración soluciones de comercialización y o distribución.
- Asistencia a ferias sectoriales con Turisme.
- Programa de incentivos para acciones de promoción, comunicación y marketing.
- Desarrollo de acciones de marketing dirigidas a prescriptores y comercializadores especializados (famtrips, presstrip y workshops).
- Plan específico de formación para los integrantes del programa.

Organización de la estrategia CreaTurisme

En función de los resultados del estudio realizado se han priorizado una serie de productos y con el fin optimizar su desarrollo se han agrupado en líneas de trabajo o grupos de acción. Estos grupos se centran en los llamados productos emergentes, y no en los tradicionales, que reciben especial atención desde otros programas o líneas de actuación de la Agència Valenciana del Turisme.

Estos grupos, multiproducto, responden a características comunes que facilitan su desarrollo, ya sea por los agentes clave implicados, la tipología de empresas o su vertiente territorial.

Grupos de acción definidos:

- **Mediterráneo activo/deportivo:** con los siguientes productos: turismo activo-aventura, náutica y submarinismo, BTT, cicloturismo y ciclismo, senderismo y turismo ecuestre.
- **Mediterráneo de turismo natural y rural:** con los siguientes productos: agroturismo, birdwatching, Parques Naturales, ecoturismo, oleoturismo y enoturismo.
- **Mediterráneo Cultural - Itinerarios, Rutas y Redes Culturales:** con los siguientes productos: Ruta de la Seda, Territorio Borgia, Ruta del Grial, Camins de Dinosaurios, Red de centros Arte Contemporáneo y Ruta Modernista.

El listado de productos incluidos en cada línea es el punto de partida, pudiendo crearse o gestionarse otros productos en función de su potencial de crecimiento.

Plan de acción de la estrategia CreaTurisme

Los grupos de acción tendrán como finalidad el desarrollo de un plan de acción que cubra las siguientes funciones para cada uno de los programas CreaTurisme y para ello se apoyarán en la figura de las secretarías técnicas que proveerá Turisme.

Funciones a desarrollar para cada producto:

- **Diagnóstico** del producto, del segmento objetivo y de competitividad del subsector.
- Lanzamiento de los **programas CreaTurisme**.
 - Creación y mantenimiento permanente de **bases de datos** de agentes del sector.
 - Elaboración de las **propuesta experienciales** adaptadas al segmento objetivo.
 - Gestión de los **grupos de trabajo** e implantación de **comités de producto**.
 - Creación de productos e identificación de **experiencias destacadas**.
 - Acciones de comunicación, promoción y **marketing de producto** tanto online como offline.
 - **Formación** y sensibilización de empresas y agentes clave adheridos a los programas.