



*turismo familiar*  
*Comunidad Valenciana*



# **Club de Producto Turismo Familiar**

## **Comunidad Valenciana 2015**



# **Algunos datos sobre el Turismo familiar**



## Algunos datos sobre el Turismo familiar

El **68% de las familias** han realizado entre **uno y dos viajes al año**, y el **32%** ha realizado **más de 3 viajes**.



## Algunos datos sobre el Turismo familiar

La **mayoría** de estos **viajes** se corresponde con las **vacaciones de verano**, seguido de viajes en fin de semana y puentes.



## Algunos datos sobre el Turismo familiar

Sólo el **25% de las familias**, es decir, 1 de cada 4 familias, realiza viajes en Semana Santa y un 17% en periodo de Navidad.



**Algunos datos sobre el Turismo familiar**

## **España, el destino familiar elegido**

**El 75% de las familias numerosas  
disfruta de su veraneo en un destino  
nacional.**



Algunos datos sobre el Turismo familiar

## Estancias medias muy altas

El **45% declara** una estancia media de  
**10 y 7 noches** por viaje.

\* La estancia media en España es de **2,7 noches**



Algunos datos sobre el Turismo familiar

## Fuentes de información para el viaje

1. Sitios web sobre opiniones de viajes
2. Web de destinos
3. Webs familiares
4. Recomendaciones familiares y amigos



## Algunos datos sobre el Turismo familiar

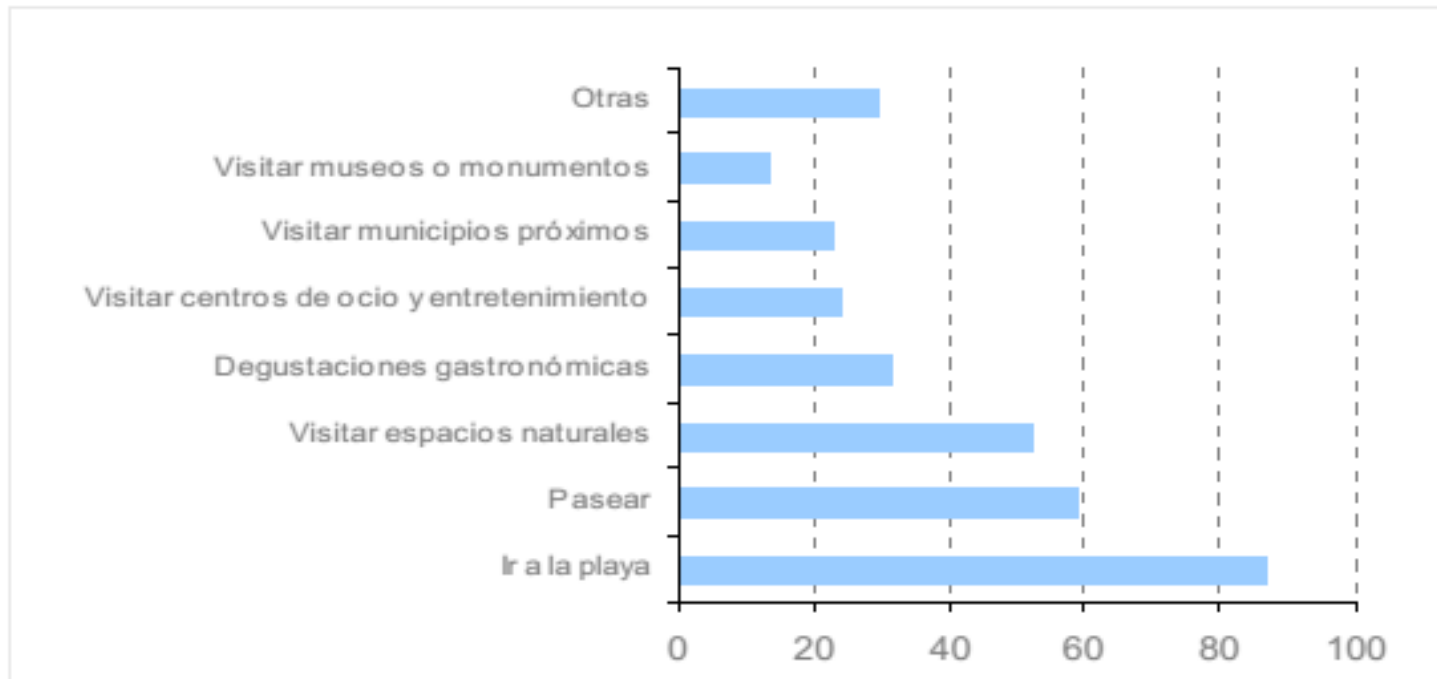
Aspectos claves en la elección de las vacaciones:

1. Precio
2. Ofertas específicas para familias
3. Alojamiento adaptado
4. Calidad de producto/servicio
5. Información del destino correcta
6. Actividades familiares en destino



## Algunos datos sobre el Turismo familiar

# Actividades realizadas por las familias



# La Comunidad Valenciana cuenta con un gran potencial



COMUNITAT  VALENCIANA



*turismo familiar*  
*Comunidad Valenciana*

- ❑ Única asociación de Turismo Familiar de la Comunidad Valenciana
- ❑ En los últimos años ha trabajado en promocionar y fomentar este tipo de turismo buscando el apoyo de la Administración

**\* Queremos poner en  
marcha este proyecto!**





*turismo familiar*  
*Comunidad Valenciana*

## CREACIÓN DE UN CLUB DE PRODUCTO FAMILIAR

- **Sencillo**: uso de la **metodología** de “Club de Producto”. Sólo las partes fundamentales para crear una **oferta de calidad y competitiva**.
- **Operativo**: **estructura** de trabajo y gestión muy **ligera y rápida**.
- **Orientado a resultados**: la única y última finalidad del Club es el **incremento del negocio de las empresas y destinos asociados**.



¿Qué es un club  
de producto?

## ¿QUÉ ES UN CLUB DE PRODUCTO?



La **integración**, bajo un **mismo concepto** temático, de los **servicios turísticos** con la finalidad de construir un **producto con identidad propia**.



# Objetivos del club de producto

## OBJETIVOS



***“Estructurar la oferta de Turismo  
Familiar en la Comunidad  
Valenciana”***



***“Crear un producto  
turístico adaptado al  
consumo familiar”***



***“Mejorar y diversificar la oferta de los destinos”***

***“Ayudar a la difusión y  
comercialización de esa  
oferta”***



**¿A quién va  
dirigido?**



## ¿A quién va dirigido?

### Destinos

- Destinos de interior
- Destinos de costa
- Destinos urbanos
- Destinos de montaña

### Empresas

- Alojamiento (Hoteles, apartamentos, campings, casas rurales)
- Restauración
- Agencias de viaje
- Empresas de turismo activo
- Empresas de ocio
- Empresas de transporte

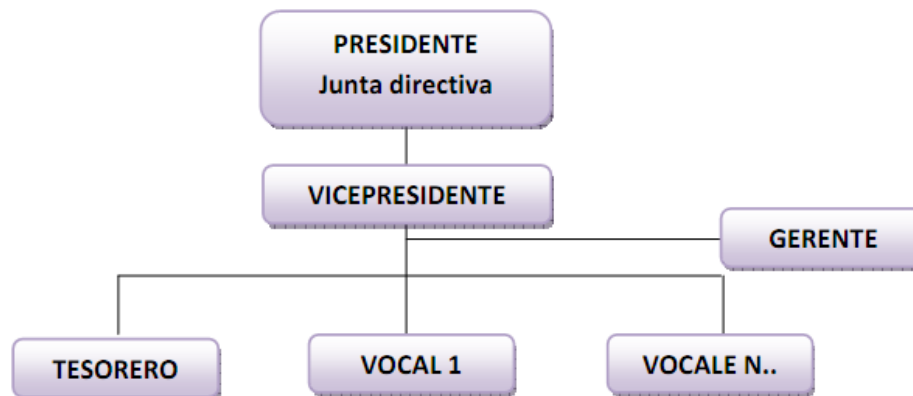


# Estructura del Club



## Estructura del club de producto

- El Club de Producto ATURFAM se **integrará dentro de la Asociación de Turismo Familiar de la Comunidad Valenciana**
- Los **asociados participarán por medio de Asamblea General** y estarán representados por medio de una **Junta Directiva**.
- El **Gerente** será el **encargado de gestionar y desarrollar** el Club de Producto





## Estructura del club de producto

El Club tendrá una **estructura** de trabajo **muy sencilla**.

Habrà una **oficina técnica con un Gerente**, que será el encargado de gestionar todas las labores y tareas necesarias para el funcionamiento del CLUB.

Los trabajos se dividen en 3 áreas:

1. **Sistema de Gestión**
2. **Sistema de Adhesión y Certificación**
3. **Sistema de Promoción y Comercialización**



# 1. Sistema de gestión

Será el área de la planificación, management y gestión de la asociación.

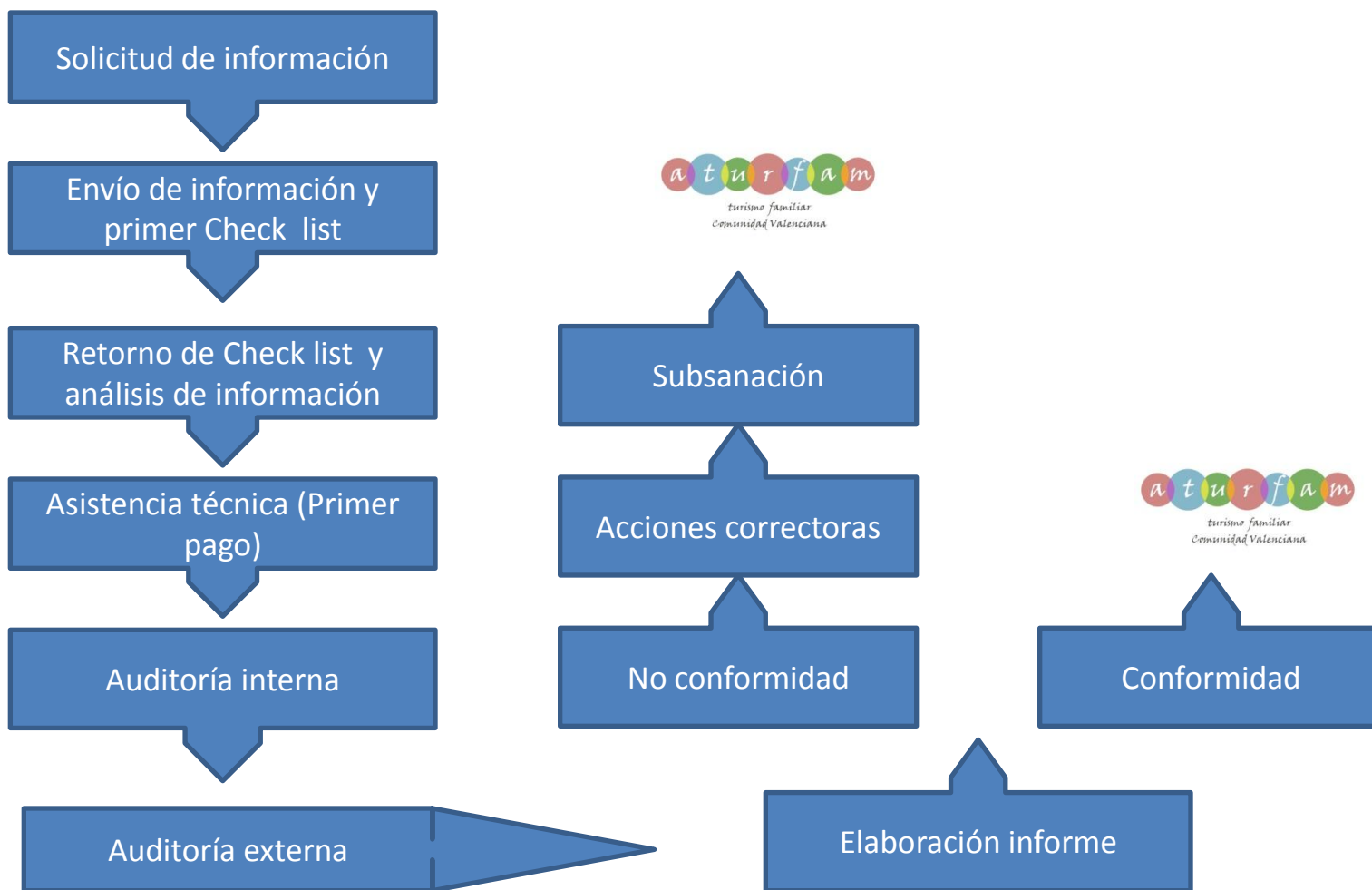
1. **Entidad de Gestión:** gestión y captación de asociados, convocatoria de reuniones, auditorías, etc...
2. **Observatorio turístico:** elaboración de informes de gestión y resultados de las empresas.
3. **Sensibilización:** comunicación interna con asociados, acciones de sensibilización, etc...
4. **Formación y profesionalización:** acciones formativas para destinos y asociados, realización de jornadas de trabajo entre asociados, etc..



## 2. Sistema de adhesión y certificación

- Se han **determinado unos estándares** para los destinos y empresas, los cuales han sido **diseñados** teniendo en cuenta las **necesidades de nuestros clientes**.
- El **cumplimiento** de estos estándares de calidad se evalúan mediante una **auditoría de certificación**.
- La **aprobación final** de la auditoría supondrá el **ingreso** por parte de un socio aspirante de la entidad en el **Club de Producto ATURFAM**

## 2. Sistema de adhesión y certificación





## 2. Sistema de adhesión y certificación

### PROCESO DE ADHESIÓN Y ACCESO

- ❖ Cumplir con todos los requisitos de obligado cumplimiento
- ❖ Complimentar la solicitud de acceso
- ❖ Aprobación de la auditoría de certificación
- ❖ Pago de la cuota periódica



### 3. SISTEMA DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Será el área dedicada a las labores de promoción y comercialización del Club y todos sus asociados..

1. **Plan de Marketing y comercialización**
2. **Imagen corporativa del Club**
3. **Creación de Producto**
4. **Distribución:**
5. **Social Media Marketing y presencia on-line del Club**
6. **Material de promoción e información turística**
7. **Fidelización**
8. **Comunicación y Gabinete de prensa**



# La clave: los DESTINOS



## La clave: los destinos

El trabajo con los **DESTINOS** es la clave para el desarrollo de este **producto turístico**, ya que se **aprovechará de ellos su capacidad de organización** de las **empresas del territorio**.

Para la pertenencia al Club los destinos deberán **cumplir los estándares del Club**.

El **no cumplimiento** de los mismos implica un periodo de subsanación que, debidamente documentado, supondrá el ingreso del Municipio en el Club.



## Estándares en destinos

Ejemplo de requisitos:

Se diseñarán una serie de requisitos que competen directamente al destino: gestión, equipamiento, infraestructuras, etc...

- Municipio emplazado en la Comunidad Valenciana*
- Reconocimiento con “Municipio Turístico”*
- Contar con un Técnico de Turismo*
- Contar con una página web del destino*
- Contar con folletos promocionales del destino*
- Servicio de Socorrismo en Playas*
- Contar con centro de salud/asistencial a menos de 10 km*
- Existencia de zonas lúdicas/ocio familiar*
- Etc...*



## Estándares en destinos

Ejemplo de estándares:

Junto a éstos, se **solicitarán una serie de requisitos ligados a la oferta turística del destino:**

- % de hoteles adaptados para familias
- % de apartamentos adaptados para familias
- % de restaurantes adaptados para familias
- % de empresas de ocio adaptadas para familias
- Etc....

En una primera fase, los **destinos que aspiren a entrar en ATURFAM**, lo deberán de hacer con el **compromiso de adhesión y cumplimiento de un porcentaje de empresas** de esa oferta turística en el año 2 y 3.



## Estándares empresas

Para las empresas, los requisitos se dividirán en:

- ❖ **Obligatorios**: tendrán que cumplir el 100% de ellos.
- ❖ **Opcionales**: tendrán que cumplir el 70% de ellos.

El no cumplimiento de los mismos implica un periodo de subsanación que, debidamente documentado, supondrá el ingreso de la empresa en el Club.

Según la tipología de empresa, los requisitos estarán adaptados a la realidad de la misma.



# Estándares empresas

Ejemplo: (Hoteles)

## ❖ Obligatorios:

- Información en idiomas
- Servicio de TV con canales infantiles
- Bloqueo de canales no aptos para niños
- Ludoteca o zona infantil
- Piscinas apta para niños
- Socorristas en la zona de piscinas
- Sistema de seguridad en ascensores
- Señalización de zonas peligrosas
- Sistema contraincendios
- Control de separación de barrotes balcones
- Rampas de acceso para coches/carros
- Etc.....



# Requisitos empresas

Ejemplo: (Hoteles)

## ❖ Complementarios:

- Monitor y vigilante en la zona de juegos
- Posibilidad de canguros
- Programas de animación
- Actividades deportivas para niños con monitores
- Megafonía y servicio de localización interna
- Pulseras identificativas para niños
- Etc....

# Financiación del Club





## LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DEL CLUB

**Para esta nueva estructura del Club hace falta una revisión de las fuentes de financiación de la Asociación.**



## LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DEL CLUB

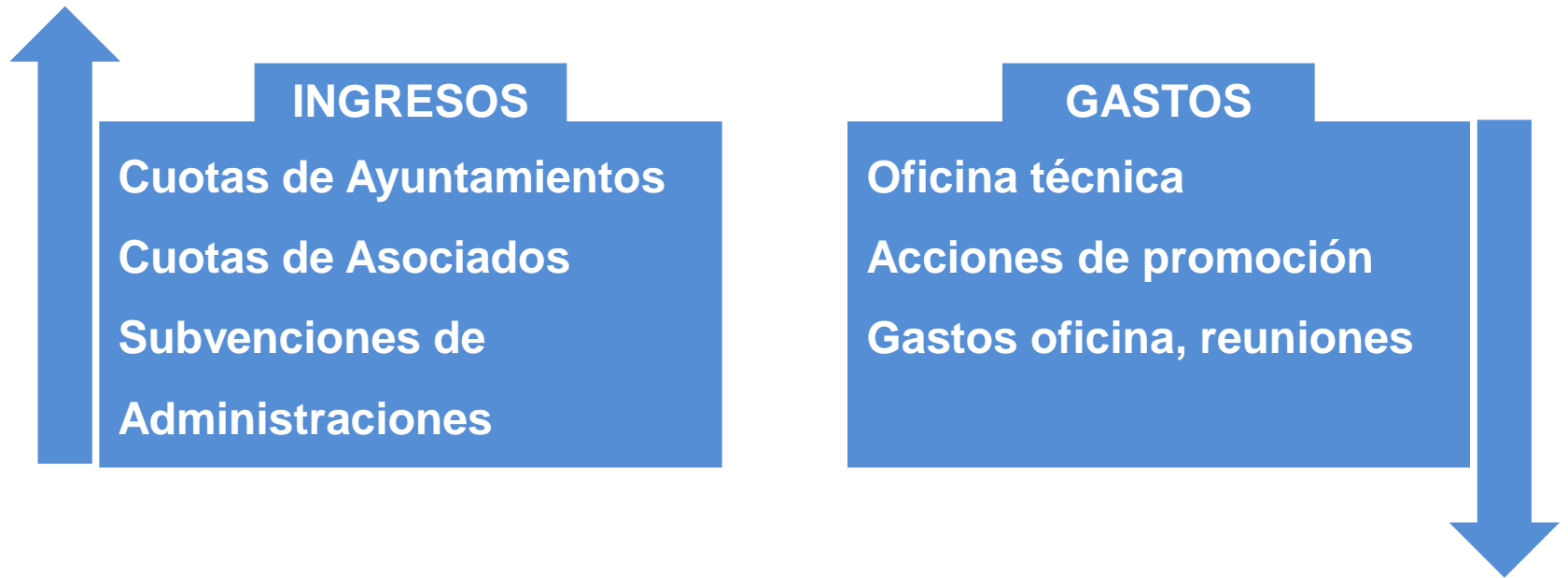
Para ello se propone un **rediseño de las cuotas de los asociados**, distinguiendo entre:

- **Destinos:** deben ser la principal fuente de financiación, ya que son las que cuentan con mayor presupuesto. **1.000€/año**
- **Empresas:** aportarán el otro complemento de financiación necesario para el Club. **250€/año**
- **Patronos:** instituciones o entidades que quieran colaborar con la asociación. **A negociar**

Junto a ello, se diseñarán otras fuentes de financiación como pueden ser los procesos de auditoría, cursos, congresos, seminarios, etc...



# LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DEL CLUB





# LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DEL CLUB

## PROPUESTAS DE INGRESOS PARA EL 2015

	Importe*	Número	Total
Ayuntamientos	1.000,00 €	14	14.000,00 €
Empresas	250,00 €	70	17.500,00 €
<b>Total</b>			<b>31.500,00 €</b>

\* Las aportaciones son anuales



# LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DEL CLUB

## PROPUESTAS DE GASTOS PARA EL 2015

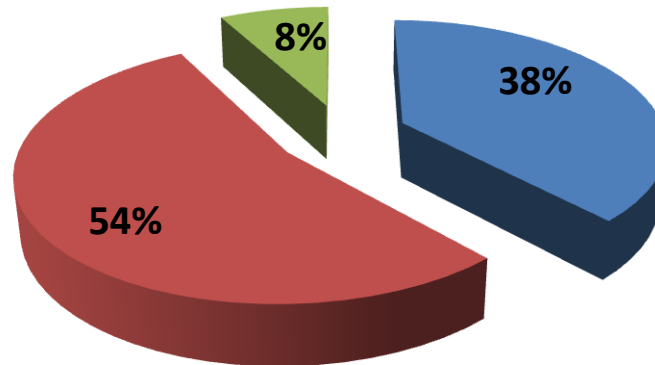
Concepto	Coste
Gestión	12.000,00 €
Publicidad y promoción	17.000,00 €
Otros (dietas, reuniones, etc..)	2.500,00 €
<b>Total</b>	<b>31.500,00 €</b>

# LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DEL CLUB

## PROPUESTAS DE GASTOS PARA EL 2015

### Gastos del Club 2015

■ Gestión ■ Publicidad y promoción ■ Otros (dietas, reuniones, etc..)





**¿Y después  
del 2015?**

# LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DEL CLUB

2015



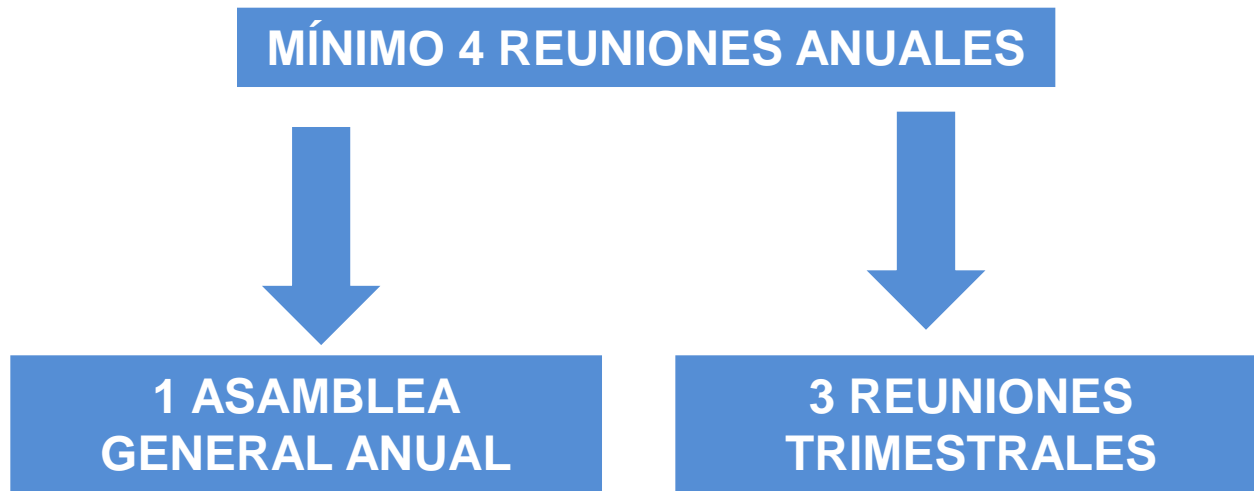
2020



# Control y gestión del Club



## CONTROL DE LA GESTIÓN-REUNIONES





# CONTROL DE LA GESTIÓN-REUNIONES

## Asamblea General anual:

- **Asistentes obligados:** Presidente, Gerente y todos los asociados
- **Temas a tratar:** Valoración ejercicio anterior y planificación del siguiente
- **Fecha:** finales de año

### EJERCICIO ANTERIOR

- Valoración del grado de consecución de objetivos
- Valoración de actuaciones
- Cuenta de explotación
- Valoración del Plan de Comunicación/comercialización
- Opiniones y propuestas

### EJERCICIO SIGUIENTE

- Establecimiento de objetivos
- Determinación y consenso de actuaciones
- Definición del Plan de comunicación/comercialización
- Opiniones y propuestas
- Puesta en común de los planteamientos de la Asociación



# CONTROL DE LA GESTIÓN-REUNIONES

## Reuniones trimestrales

- **Asistentes obligados:** Presidente, Gerente y un representante de cada sector
- **Fecha:** primeros días de cada trimestre

### TEMAS A TRATAR

- Seguimiento de las actuaciones previstas
- Exposición de problemas en la gestión
- Introducción de nuevas ideas



# CONTROL DE LA GESTIÓN-REUNIONES

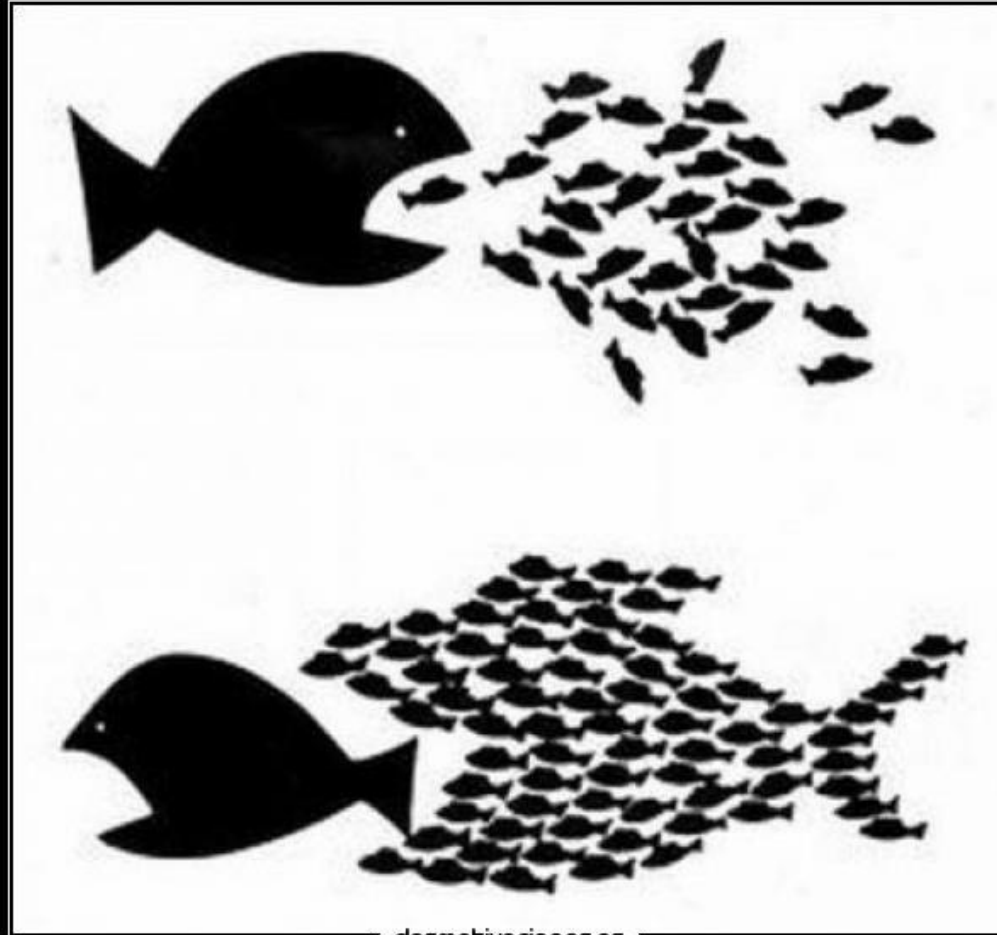
## Comunicación interna

**En todo momento los asociados recibirán información periódica de:**

- Valoración del ejercicio anterior
- Planificación anual
- Estado de ejecución de las acciones
- Actas de cada una de las reuniones
- Otras decisiones y sucesos (eventos, ferias, proyectos, etc..)
- Cualquier información que quieran solicitar



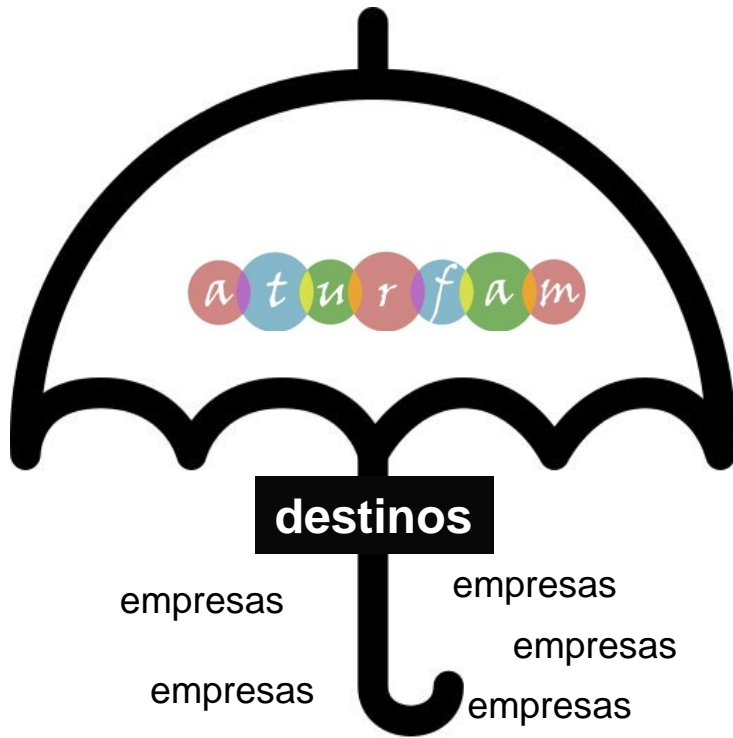
¿Qué gana una  
empresa/destino  
asociándose?



Si estamos unidos

nada será imposible, si estamos separados todo fracasará.

# \* ¿Qué gana una empresa/destino asociándose?





**\*¿Qué gana una empresa/destino asociándose?**

- 1. Mejora de la calidad del producto**
- 2. Segmentación y especialización de su oferta**
- 3. Aprovechamiento de sinergias y colaboraciones**
- 4. Promoción y comercialización en conjunto**



**\* ¿Qué gana una empresa/destino asociándose?**

**1. Aumenta su capacidad de promoción y comercialización**



**2. Asistencia técnica y mejora de producto**



**3. Mejora de la cuenta de resultados a medio plazo**



**¿Contamos contigo?**

*a t u r f a m*

**¡MUCHAS GRACIAS!**