



**COEPA**  
CONFEDERACION EMPRESARIAL  
DE LA PROVINCIA DE ALICANTE



Programme cofinancé par le Fonds  
Européen de Développement Régional

Programme cofinanced by the European  
Regional Development Fund

## ► PROYECTO SHIFT

*Sustainable Tourism In Fragile Territories*



**FASE III**

Plan de desarrollo y promoción  
de las rutas temáticas SHIFT

## ÍNDICE

► CREACIÓN DEL CLUB DE PRODUCTO SHIFT .....	3
Agentes gestores .....	4
Entes impulsores .....	5
► FASES PARA EL DESARROLLO DEL CLUB DE PRODUCTO SHIFT .....	7
Fase I: Configuración del Club de Producto SHIFT .....	7
Fase II: Evaluación miembros del Club.....	9
Fase III: Firma de adhesión de los miembros del club .....	9
Fase IV: Validación operativa de las Rutas SHIFT .....	9
Fase V: Plan de Promoción .....	9
Fase VI: Autoevaluación de las rutas.....	13
Fase VIII: Comercialización a través de mayoristas .....	14
Fase IX: Autoevaluación anual de las rutas .....	15
Fase X: Expansión del proyecto SHIFT .....	15

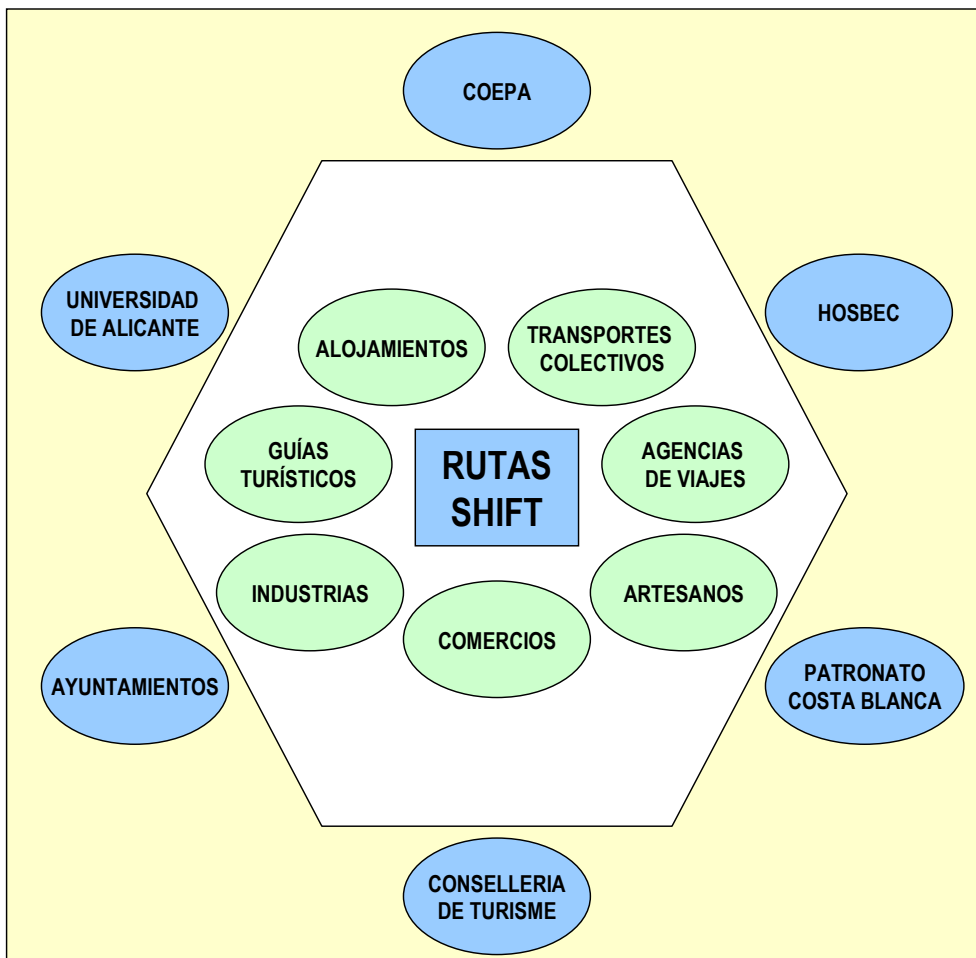
# Plan de desarrollo y promoción de las rutas temáticas SHIFT

## ► CREACIÓN DEL CLUB DE PRODUCTO SHIFT

Con el fin de llevar a cabo una gestión ágil y eficaz de las rutas creadas a partir del proyecto europeo SHIFT, se propone la creación de un ente de gestión mixta articulado en base al “Club de Producto SHIFT” compuesto por empresas que apuestan decididamente por el turismo sostenible en la Costa Blanca.

Este nuevo club de producto que arrancararía con el fin de impulsar y gestionar las nuevas rutas SHIFT, estaría compuesto por agentes gestores y entes impulsores. Los agentes gestores serían empresas vinculadas a la puesta en funcionamiento y posterior desarrollo de las rutas temáticas propuestas: ruta de los oficios, rutas de los espacios naturales y ruta de los castillos almohades. Por su parte, los entes impulsores desempeñarían diferentes funciones dependiendo de su ámbito de actuación (coordinación, asesoramiento técnico, apoyo institucional y financiación).

Figura 1. Integrantes y colaboradores del Club de Producto SHIFT



## ❖ Agentes gestores:

### ⇒ Alojamientos

Los alojamientos, fundamentalmente de tipo hotelero, se encargarían de promocionar las rutas en sus establecimientos (fase inicial) y de paquetizar su oferta de alojamiento junto a las rutas SHIFT (fase final), como un nuevo reclamo turístico para diferenciarse, ampliar la estancia media y desestacionalizar.

### ⇒ Agencias de viajes

Las agencias de viajes serían las encargadas de promocionar las rutas, los paquetes turísticos y gestionar las reservas. La gestión de las reservas se podría realizar presencial o telefónicamente, directamente por parte del cliente o a través de la recepción de hoteles y oficinas Tourist Info. Asimismo, las agencias de viajes deberían contactar con las empresas de transporte y los recursos a visitar en las excursiones para informar del número de reservas realizadas y de si hay suficientes clientes para realizar la ruta o si por el contrario debe ser cancelada ese día. En este sentido, se deberá calcular en función de las tarifas y comisiones presentadas por cada empresa participante y del precio a pagar por el cliente, el umbral de pasajeros mínimos en base al cual resulta rentable el desarrollo de cada itinerario.

### ⇒ Empresas de transporte colectivo

Las empresas de autocares colaborarían en la organización óptima del transporte de turistas desde los centros emisores (Alicante-playa San Juan y Benidorm) hasta los destinos complementarios litorales e interiores previstos en los diferentes itinerarios. El objetivo de estas empresas deberá ser garantizar un servicio de calidad a un precio competitivo. Para ello será necesaria el empleo de autobuses con las últimas prestaciones y la organización óptima de los viajes prevaleciendo el empleo de compañías de autobuses próximas a los itinerarios (reducción de distancias, menor consumo de combustible y contaminación y un mejor conocimiento de los itinerarios por parte de los chóferes).

### ⇒ Empresas de guías turísticos

Las empresas de guías turísticos se encargarían de suministrar y garantizar para cada itinerario un guía habilitado y con el debido conocimiento de cada recorrido. Aunque se trataría básicamente de un guía correo que informaría a los turistas durante el viaje, en los supuestos donde no existan guías locales éste asumiría su función en la visita de recursos, museos, espacios naturales o empresas. Resulta fundamental, que los guías dispongan como mínimo de conocimientos de inglés y alemán. No obstante, en función del interés de la demanda se pueden articular itinerarios semanales específicos para turismo nacional, inglés, alemán, ruso, chino, etc.

⇒ **Comercios e industrias**

Los comercios participantes deberán respetar unos horarios estables de apertura para facilitar la organización de las visitas a sus establecimientos y en la medida de lo posible, aportar ventajas comerciales a los grupos que los visiten (cheque descuento, ofertas, etc.), todo ello en pro de hacer más atractiva la visita. Asimismo, en caso de visitarse talleres y centros industriales, las empresas participantes deberán realizar las explicaciones pertinentes de sus trabajos y ciclos productivos.

❖ **Entes impulsores**

⇒ **Confederación de Empresarios de la Provincia de Alicante**

Para garantizar el correcto desarrollo del proyecto, COEPA deberá acometer las labores de coordinación en la fase inicial proyecto (facilitar el encuentro de empresarios a través de mesas de trabajo, actuar como interlocutor con las administraciones públicas y evaluar periódicamente el buen desarrollo del proyecto y la correcta participación de los empresarios).

⇒ **HOSBEC**

En el desarrollo concreto de las rutas e itinerarios turísticos que tienen su origen en Benidorm será básico el respaldo de esta asociación para la interlocución con sus asociados, la operatividad de las rutas y la medición del impacto de este nuevo producto sobre la oferta y la demanda del destino.

⇒ **Ayuntamientos**

Las administraciones locales implicadas en el proyecto deberán respaldar y promocionar las rutas, tanto en el caso de centros emisores como en el supuesto de centros receptores. En este sentido, aquellos municipios que acojan visitas deberán facilitar el estacionamiento de los transportes colectivos, los recorridos urbanos y la visita a sus recursos patrimoniales y naturales (horarios de apertura, guías locales, accesibilidad, seguridad, folletos, soportes interpretativos, señalización, etc.).

⇒ **Patronato Provincial Costa Blanca**

El apoyo de esta institución resulta imprescindible para la ejecución y la continuidad de un proyecto que afecta al desarrollo turístico de espacios litorales e interiores de la provincia de Alicante. En este sentido, resulta esencial el apoyo promocional de la Diputación de Alicante en las campañas que lleve a cabo la marca Costa Blanca en ferias, centros emisores, viajes de familiarización, planes de medios, etc.

⇒ **Conselleria de Turisme**

El respaldo económico de la Conselleria de Turisme será básico para la continuidad y la expansión de un proyecto piloto que presenta infinidad de posibilidades de futuro para la Comunitat Valenciana. Un proyecto que pretende sacar el máximo rendimiento a los atractivos y singularidades que presenta el territorio valenciano, apostando por la competitividad turística sin renunciar a la sostenibilidad.

⇒ **Universidad de Alicante**

La Universidad de Alicante, a través del personal adscrito al proyecto SHIFT del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, suministrará el apoyo técnico necesario para la implementación del proyecto, ofreciendo su asesoramiento tanto a COEPA como a los miembros integrantes del Club de Producto SHIFT.

## ► FASES PARA EL DESARROLLO DEL CLUB DE PRODUCTO SHIFT

### ❖ Fase I: Configuración del Club de Producto SHIFT

Para la correcta articulación y desarrollo de las rutas temáticas SHIFT resulta imperativa la integración y participación activa del tejido empresarial alicantino. Por este motivo es esencial la creación de mesas de trabajo en las que participen agentes y empresarios implicados en cada ruta turística.

Por el volumen de demanda y la capacidad operativa que aporta HOSBEC, se recomienda empezar en primer lugar con la puesta en marcha de las rutas que tienen su origen en Benidorm.

⇒ Mesas de trabajo para la puesta en marcha de las rutas SHIFT con origen en Benidorm (septiembre-octubre 2011)

#### MESA DE TRABAJO 1: HOSBEC-COEPA-empresarios Benidorm

Esta mesa de trabajo estará formada por los responsables de HOSBEC y COEPA, así como los empresarios de Benidorm (Hoteles, agencias de viajes, empresas autobuses, guías turísticos). Esta mesa de trabajo deberá servir para recoger los empresarios interesados en participar en el proyecto a través de su integración en el Club de Producto.

#### MESA DE TRABAJO 2: HOSBEC-COEPA-empresarios seleccionados Benidorm

El segundo encuentro, formado ya únicamente por los empresarios interesados en adherirse al proyecto servirá para cerrar la operativa y el funcionamiento de las rutas (umbral de rentabilidad y número de pasajeros mínimo, precio de cada excursión, metodología de trabajo para la contratación de los servicios, etc.).

#### MESA DE TRABAJO 3: HOSBEC-COEPA-ayuntamientos y empresarios implicados en la ruta de los oficios (Benidorm y Alicante comparten mesa de trabajo)

El tercer encuentro servirá para convocar a los ayuntamientos implicados en las rutas (Benidorm, Alicante, Jijona, Villajoyosa, Elda y Agost), con el fin de recoger el compromiso de estas instituciones en la promoción del producto y su participación a la hora de integrar recursos municipales en el programa de visitas (servicios que ofrecen, horarios y tarifas para grupos). En esta mesa de trabajo también se convocará a los empresarios (comercios, industrias, etc.), que serán visitados en los itinerarios.

MESA DE TRABAJO 4: HOSBEC-COEPA-ayuntamientos y empresarios implicados en la ruta de los espacios naturales

Este encuentro servirá para convocar a los ayuntamientos o centros implicados en las rutas (Benidorm, Elche, centros de interpretación Montgó, Penyal d'Ifach, Font Roja), con el fin de recoger el compromiso de estas instituciones en la promoción del producto y su participación a la hora de integrar recursos municipales en el programa de visitas (servicios que ofrecen, horarios y tarifas para grupos).

⇒ Mesas de trabajo para la puesta en marcha de las rutas SHIFT con origen en Alicante (octubre-noviembre 2011)

MESA DE TRABAJO 1: COEPA-empresarios Alicante

Esta mesa de trabajo estará formada por los responsables de COEPA implicados en el proyecto, así como los empresarios de Alicante (Hoteles, agencias de viajes, empresas autobuses, guías turísticos). Esta mesa de trabajo deberá servir para recoger los empresarios interesados en participar en el proyecto a través de su integración en el Club de Producto.

MESA DE TRABAJO 2: COEPA-empresarios seleccionados Alicante

El segundo encuentro, formado ya únicamente por los empresarios interesados en adherirse al proyecto servirá para cerrar la operativa y el funcionamiento de las rutas (umbral de rentabilidad y número de pasajeros mínimo, precio de cada excursión, metodología de trabajo para la contratación de los servicios, etc.).

MESA DE TRABAJO 3: COEPA-ayuntamientos y empresarios implicados en la ruta de los castillos almohades

El tercer encuentro servirá para convocar a los ayuntamientos o centros implicados en los itinerarios (Alicante, Biar, Castalla, Villena y Sax), con el fin de recoger el compromiso de estas instituciones en la promoción del producto y su participación a la hora de integrar recursos municipales en el programa de visitas (servicios que ofrecen, horarios y tarifas para grupos).

MESA DE TRABAJO 4: HOSBEC-COEPA-Patronato Costa Blanca-Conselleria de Turisme

Esta mesa de trabajo servirá para presentar los resultados y los acuerdos logrados en las anteriores mesas de trabajo a la institución provincial y autonómica, con el fin de solicitar su involucración y participación en el proyecto a través de su apoyo promocional y su respaldo económico.



## ❖ Fase II: Evaluación miembros del club de producto SHIFT

En esta fase, técnicos de COEPA auditarán las empresas y recursos involucrados en la rutas SHIFT para verificar que cuentan con unos requisitos mínimos de calidad, seguridad, accesibilidad y respeto medioambiental.

## ❖ Fase III: Firma de adhesión de los miembros del club

En un acto público se convocará a los empresarios e instituciones implicadas en el proyecto para la firma de adhesión al Club SHIFT, ya sea como agentes gestores o entes impulsores. Los miembros adscritos al club firmarán también una declaración de compromisos relativos a su pertenencia al club. Este acto servirá además como lanzadera promocional del proyecto, ya que se convocará a medios de comunicación y al final del mismo se realizará una rueda de prensa.

## ❖ Fase IV: Validación operativa de las rutas SHIFT

Una vez configuradas y plenamente operativas las rutas se llevarán a cabo tres *fam trips* para validar el funcionamiento de las rutas (autoevaluación) y promocionar las rutas a través de prescriptores (medios de comunicación).

I FAM TRIP: Empresarios implicados (origen y visitas).

II FAM TRIP: Instituciones colaboradoras (Ayuntamientos, Patronato Provincial Costa Blanca, Conselleria de Turisme).

III FAM TRIP: Prescriptores turísticos (medios de comunicación: prensa, radio, TV, webs especializadas, etc.).

## ❖ Fase V: Plan de promoción

El plan de promoción diseñado para la puesta en el mercado de las Rutas SHIFT contempla un amplio abanico de acciones y soportes promocionales pensados para difundir este nuevo producto tanto en centros emisores como en los propios destinos y abarcando la captación de diferentes segmentos de demanda potencial.

⇒ Edición de guías turísticas

El objetivo de este soporte promocional es recoger con detalles las principales características, atractivos y funcionamiento de las Rutas SHIFT. Lo más aconsejable es la edición de una guía para cada ruta, o bien, la edición de una guía para cada destino. Es decir, se elaboraría una guía para las rutas que tienen su origen en Alicante-Playa San Juan (Ruta de los Oficios y Ruta de los Castillos Almohades) y otra para las rutas que parten de Benidorm (Ruta de los Oficios y Ruta de los Espacios Naturales). Dada la elevada calidad de este material promocional y elevado coste unitario, este soporte no es factible para la distribución masiva de cara a la demanda turística. Se trata de un soporte de presentación para mostrar a empresarios, administraciones, turoperadores y medios de comunicación, aunque también puede estar presente en las habitaciones de los hoteles como documento de consulta. No obstante, el folleto podrá estar a disposición de cualquier interesado en soporte electrónico (.pdf) en la web del Club de Producto SHIFT.

⇒ Edición de vídeos promocionales

Los vídeos promocionales, uno para cada ruta, representan un magnífico soporte para la presentación ante empresarios, administraciones y medios de comunicación, pero también una herramienta eficaz para la promoción a través de la red. En los vídeos debe reflejarse de un modo nítido pero ameno, la filosofía SHIFT y el funcionamiento interno de este nuevo producto a través de un muestra detallada de cada ruta e itinerarios propuesto.

Estos vídeos deberán estar tanto en la web del Club de Producto SHIFT, como en la red social youtube. Además, sería más que recomendable que progresivamente estos vídeos fueran traducándose al inglés, alemán, francés, ruso, etc.

⇒ Web [www.shiftcostablanca.com](http://www.shiftcostablanca.com)

Para la correcta promoción y comercialización de las rutas SHIFT resulta imperativa la puesta en funcionamiento de una página web con dominio propio donde la demanda pueda consultar el producto, programar su viaje e incluso realizar sus reservas. No obstante, en su fase inicial, el Club de Producto SHIFT podría estar alojado en el interior de la web empresaverde de COEPA.

⇒ Material promocional destinado al turista

Con el objetivo de que el turista que visita el destino disponga de un soporte físico en el que encontrar y consultar el producto, se debería proceder a la edición de expositores y flyers de bajo coste. Se trataría de producir un expositor de cartón que serviría de contenedor para dos flyers (uno para cada ruta) y que estaría a disposición del turista en la recepción de los hoteles y en los mostradores de las oficinas de Tourist Info. Los flyers deben mostrar de un modo claro y sintético los diferentes itinerarios de cada ruta, calendario y visitas programadas, así como los medios disponibles para proceder a la reserva (web, teléfono de agencia de viajes, etc.). A fin de avalar y prestigiar el producto deberán aparecer los logos de todas las asociaciones y entidades participantes en el proyecto.

⇒ **Marketing de guerrilla en centros emisores**

El desarrollo de una campaña de *street marketing* en los dos centros emisores (Alicante-playa San Juan y Benidorm), representa un buen instrumento para dar a conocer las rutas a la demanda. Estas campañas deberían desarrollarse en periodos de máxima afluencia de turistas (verano, puentes, fines de semana) y en los espacios más transitados (paseo marítimo, zonas comerciales, etc.). Diferentes personajes deberían llamar la atención del turista entregando flyers promocionales sobre las rutas.

⇒ **Fam trips para prescriptores y turoperadores**

Con la colaboración de empresarios e instituciones participantes se recomienda llevar a cabo viajes de familiarización que sirvan para la evaluación y la promoción de las diferentes rutas. En este sentido, resulta fundamental realizar *fam trips* para prescriptores (medios de comunicación, webs especializadas, revistas especializadas en viajes, patrimonio cultural y natural, sostenibilidad, etc.) con el fin de que hablen en clave positiva del producto. Los otros colectivos de interés serían turoperadores, agencias de viajes y grandes portales de Internet dedicados a la contratación, reserva y organización de paquetes vacacionales.

⇒ **Presencia en ferias de turismo**

Para el lanzamiento de este nuevo producto se considera oportuna la presentación dentro del stand Costa Blanca de los videos promocionales sobre las rutas SHIFT, tanto en FITUR 2012 como en la TCV 2012. También sería interesante suministrar material promocional al Patronato Provincial Costa Blanca, para que lo exponga en las ferias a las que acude fuera del territorio nacional.

⇒ **Creación de un *smart box***

Esta propuesta gira en torno a la creación de una caja personalizada para vender paquetes combinados de estancia en destino emisor y ruta SHIFT, en grandes almacenes (El Corte Inglés, Fnac, etc.), agencias de viajes, etc. Esta fórmula resulta especialmente atractiva para la demanda que desea realizar regalos originales y de calidad a familiares y amigos.

⇒ **Envío de información postal a colegios profesionales**

Las rutas SHIFT representan un complemento ideal para el turismo de congresos. Por este motivo se propone en envío de material promocional (videos, folletos, tarifas especiales para grupos, etc.) a colegios profesionales susceptibles de organizar congresos, seminarios y eventos profesionales en Alicante y Benidorm.

⇒ **Campaña de difusión en redes sociales**

Durante los últimos años las redes sociales se han convertido en un instrumento imprescindible para la promoción turística. Por esta razón, se recomienda la creación de un *live stream* que contenga las principales redes sociales dentro de la web del Club de Producto SHIFT (fotografías de las rutas en flickr, videos en youtube, comentarios en foros especializados, comentarios en páginas colaboradoras de facebook y twitter).

⇒ **Envío de información vía e-mail a clientes**

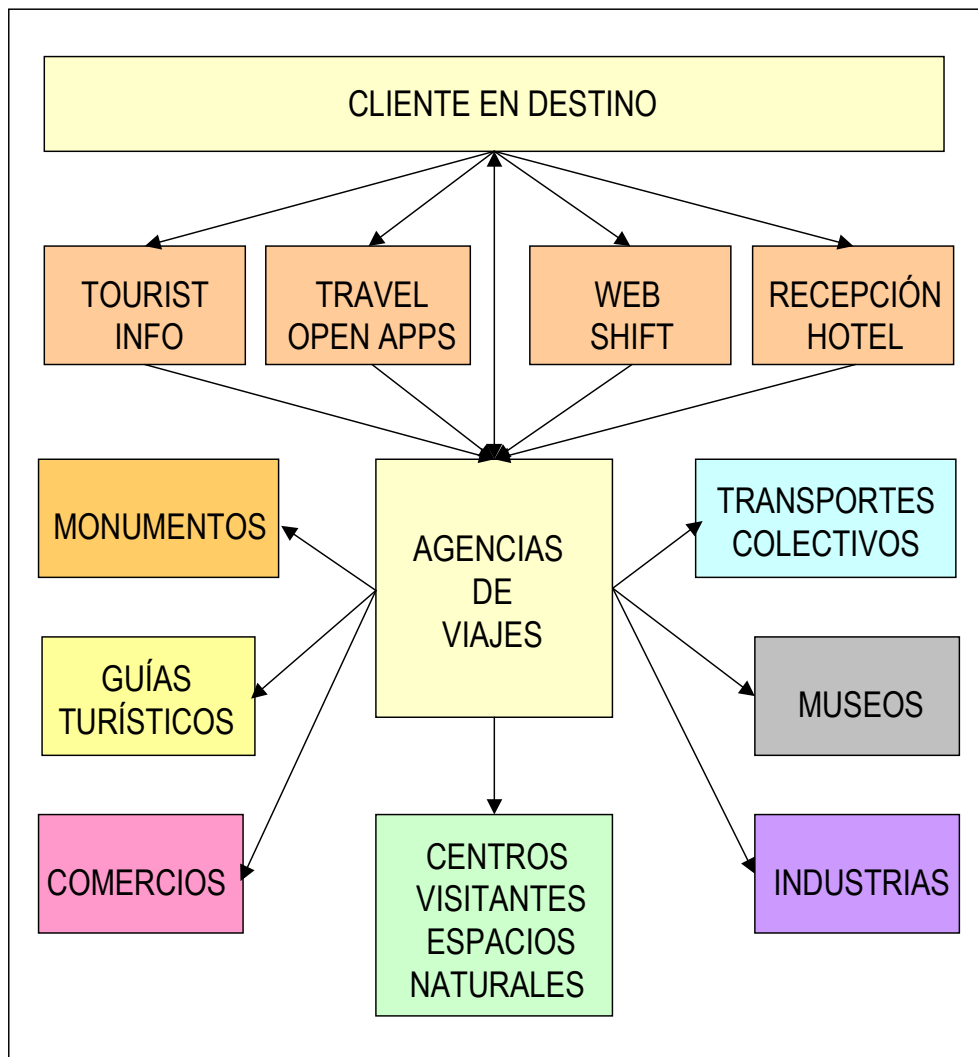
Esta propuesta contempla en envío masivo de información sobre las rutas SHIFT a los clientes que ya se han alojado en los establecimientos colaboradores (bases de datos internas), para motivar su fidelización, e incluso si es posible, la adquisición de bases de datos de clientes potenciales en otros países para dar a conocer el nuevo producto.

❖ **Fase VI: Puesta en servicio para la demanda en destino**

La puesta en funcionamiento de las rutas SHIFT se llevará a cabo por medio de la venta directa de excursiones a través de Agencias de Viajes de Alicante y Benidorm, que contarán con la colaboración de las oficinas Tourist Info y los departamentos de recepción de los establecimientos de alojamiento que formen parte del Club de Producto SHIFT.

Las agencias de viajes serán las encargadas de formalizar las reservas y contactar con servicios de autobús, servicio de guías acompañante, recursos y museos visitados, centros de acogida de espacios naturales, industrias y comercios.

Figura 2. Comercialización de las rutas SHIFT en destinos (Alicante-Benidorm)



❖ **Fase VII: Autoevaluación de las rutas**

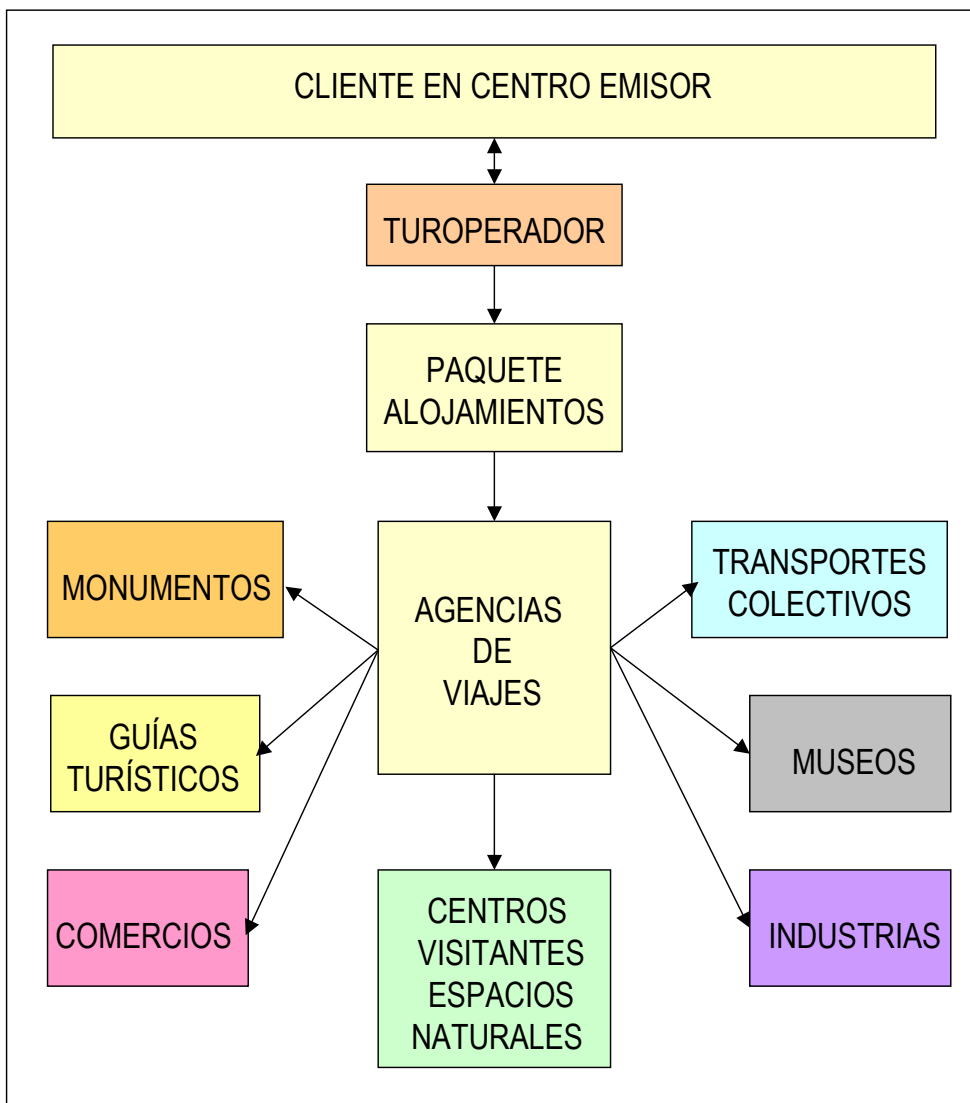
Tras el primer mes de funcionamiento de las rutas se deberá realizar una autoevaluación a partir de las consideraciones vertidas por las empresas e instituciones implicadas y las encuestas de satisfacción que serán cumplimentadas por los clientes al final de cada itinerario. A partir de toda esta información aportada por la oferta y la demanda, se tomarán las medidas oportunas para mejorar el servicio: problemas de operatividad y funcionamiento interno, distribución de flujos turísticos, planning de itinerarios, satisfacción en las visitas realizadas, rutas con mejor acogida por parte de los turistas (número de pasajeros), etc.

❖ Fase VIII: Comercialización a través de mayoristas (turoperadores)

Tras la optimización del producto a partir de la puesta en funcionamiento de los servicios turísticos desde los propios destinos, llega el momento de comercializar el producto a través de turoperadores como un valor diferencial de Alicante y Benidorm frente a destinos competidores. Para ello, cada establecimiento de alojamiento deberá elaborar un paquete vacacional que incluya las rutas SHIFT en su estancia (se recomienda estancia como mínimo de 7 días). Estos paquetes serán presentados a turoperadores habituales y nuevos turoperadores interesados en patrimonio natural y cultural.

Para la contratación de los servicios, los alojamientos informarán de las reservas realizadas sobre sus paquetes a las agencias de viajes locales, que se encargarán de organizar las excursiones nuevamente contactando con el servicio de autobuses, servicio de guías acompañantes, recursos y museos, centros de acogida en espacios naturales, industrias y comercios.

Figura 3. Comercialización de las rutas SHIFT en centro emisor



#### ❖ Fase IV: Autoevaluación anual de las rutas

Tras el desarrollo del producto durante al menos un año se procederá a la autoevaluación de las rutas a través de la realización de un diagnóstico DAFO que tenga en consideración las opiniones vertidas por la demanda en las encuestas de satisfacción, los resultados económicos logrados por las empresas participantes y las opiniones vertidas por los miembros del club en una junta general anual.

#### ❖ Fase X: Expansión del proyecto SHIFT

A partir de los procesos de autoevaluación llevados a cabo durante el desarrollo del proyecto, la Universidad de Alicante a través de su Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, deberá estudiar la posibilidad de diseñar nuevas rutas e itinerarios temáticos basados en los postulados SHIFT, tratando de integrar nuevos centros emisores y receptores dentro de la provincia de Alicante. El objetivo final del proyecto es lograr un territorio cohesionado, altamente competitivo y que explota de un modo sostenible todas las potencialidad turísticas de la Costa Blanca.

El presente informe ha sido realizado en el marco del convenio de colaboración entre el Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas (IUIT) de la Universidad de Alicante y la Confederación Empresarial de la Provincia de Alicante (COEPA), dentro de la fase final del Proyecto SHIFT (Sustainable Tourism In Fragile Territories) financiado a través de los fondos europeos del programa MED.

El informe ha sido redactado por Daniel Díez Santo y coordinado por Fernando Vera Rebollo, del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la UA.

Alicante, 22 de junio de 2011