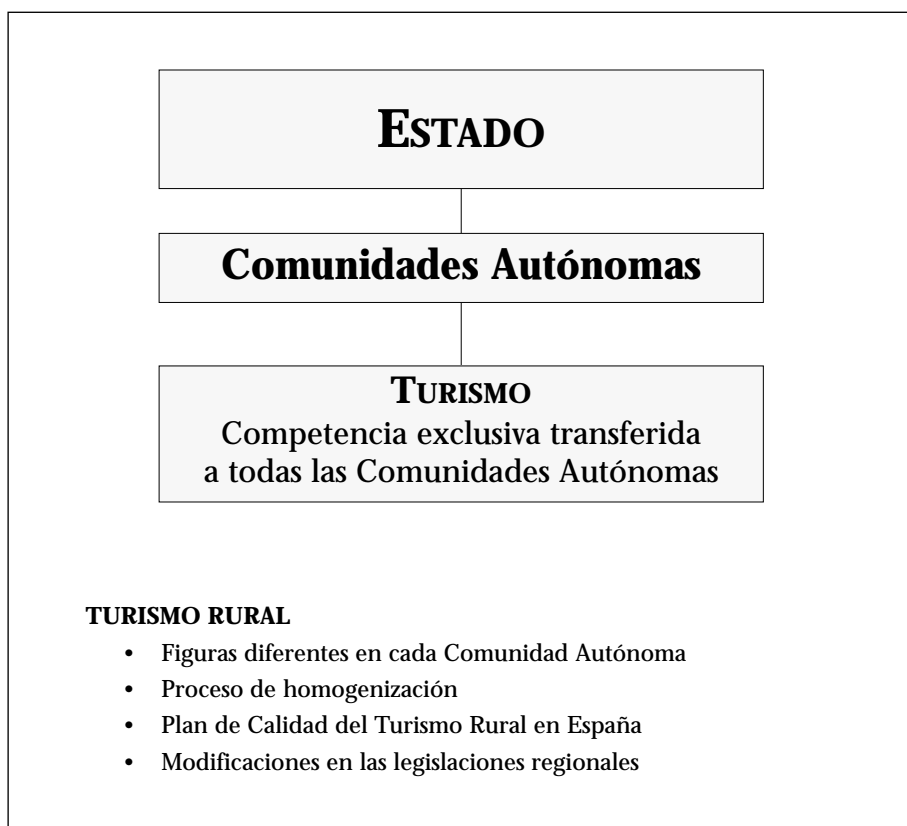


GESTIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS RURALES EN LA PROVINCIA DE HUESCA.

*D. Francisco Orduna Luna
Diputación Provincial de Huesca. Área de Desarrollo Rural y Esparcimiento*



ARAGÓN

TURISMO RURAL

GOBIERNO DE ARAGÓN

Decreto 113/86 (derogado)
Decreto 69/97 (vigente)

Regulan las condiciones que deben tener
las Viviendas de Turismo Rural

HUESCA

DIPUTACIÓN PROVINCIAL

Plan de promoción y desarrollo
turístico

TURISMO VERDE

PLANES DE TURISMO VERDE EN 1989, 1992 Y 19996

TIPOS DE ALOJAMIENTO	LEGALIZADO COMO:
Casas	Viviendas de Turismo Rural
Apartamentos	Viviendas de Turismo Rural
Habitaciones en vivienda	Viviendas de Turismo Rural
Albergues	Albergues
Hotel familiar rural	Hotel, hostel o pensión
Empresas de servicios de ocio y deporte	Empresa de servicios



PLANES DE TURISMO VERDE

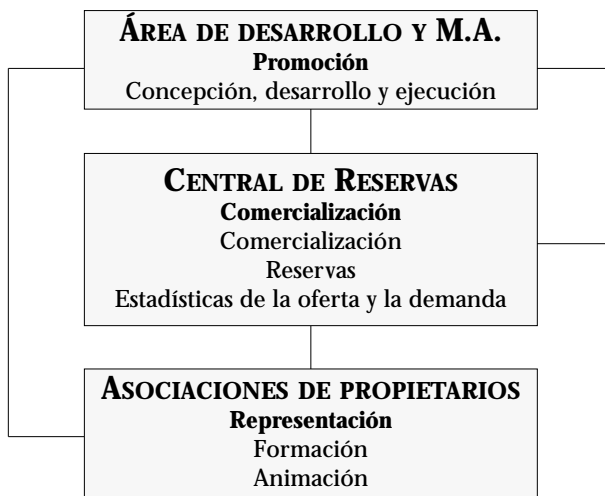
CONTENIDO

- Ayudas económicas
- Promoción
- Comercialización

CONDICIONES

- Rehabilitación
- Calidad
- Economía complementaria
- Promoción y comercialización conjunta

ESTRUCTURACIÓN DE FUNCIONES DE LOS DIFERENTES AGENTES QUE INTERVIENEN EN EL DESARROLLO DEL PROGRAMA



PROCESO DE ABSORCIÓN DE UNA NUEVA RED DE TURISMO RURAL



MARCA CALIDAD SUPERIOR



MARCA CALIDAD BÁSICA

CENTRAL DE RESERVAS

CARACTERÍSTICAS:

- Servicio público que presta la D.P.H.
- Acceso gratuito, por ahora.
- Inclusión por solicitud renovable.
- No exclusividad en el servicio de reservas.
- No recepción de dinero. Ingresos directos al propietario.

OBJETIVO:

- Ampliar los días de ocupación del alojamiento y las empresas de servicios

MEDIO:

- Satisfacción del cliente.

TAREAS QUE REALIZA:

1. Información a los clientes.
2. Reservas de los clientes.
3. Atención a grupos.
4. Elaboración de paquetes turísticos.
5. Estadísticas de ocupación de los alojamientos y empresas de servicios.
6. Estadísticas de origen de los clientes.
7. Estadísticas de la actividad de los clientes.
8. Grado de satisfacción de los clientes.
9. Estadísticas de control de calidad en el funcionamiento de la central.
10. Cooperación en el diseño de las estrategias de promoción.



La marca simboliza la imagen del producto

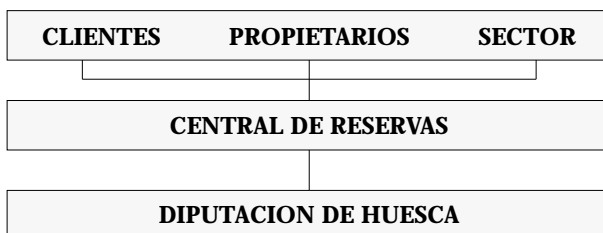
La imagen la crea el propietario y la difunden el cliente y las acciones de promoción

- Calidad •
- Satisfacción del cliente •

COMERCIALIZACION Y RESERVAS

- Introducción. Competencia. Satisfacer al cliente para tener clientes.
- La rotación del cliente. Los ficheros de clientes para saber qué darle al cliente en cada momento.
- La Central de Reservas centraliza toda la información para el cliente y el propietario.
- Estadísticas: la necesidad de conocer y medir. La ficha de apreciación.
- El paquete turístico: nuevos usos para los alojamientos.
- Promoción. La información como base de la promoción.
- La red de alojamientos. Un hotel con muchas habitaciones. La imagen de la red repercute en todos: la buena y la mala.
- Los logotipos. La señalización y la promoción individual del propietario: coordinación y colaboración con la Central. El trabajo en red.

PROMOCIÓN



- Guías de edición propia.
- Revista promocional.
- Guías de otras editoriales.
- Paquetes turísticos.
- Información a medios de comunicación.
- Publicidad en medios de comunicación.
- Ferias.
- Oficinas de Turismo de España.
- Correo personalizado con las bases de datos de clientes.
- Actos de promoción.

NECESITAMOS SABER DEL CLIENTE

- IDENTIFICADORES PERSONALES
 - Quién es
 - De dónde viene
 - Cómo viene
 - Cuándo viene
 - Qué edad tiene
 - Qué profesión tiene
 - Cuántos vienen
- IDENTIFICADORES DE PREFERENCIAS
 - Porqué viene
 - Adonde va
- IDENTIFICADORES DE ACTIVIDAD
 - Qué hace cuando está entre nosotros
 - Qué servicios quiere
 - Qué servicios usa
- IDENTIFICADORES DE NUESTRA IMAGEN
 - Qué le gusta más: paisaje, casa
 - Qué le gusta menos: paisaje, casa

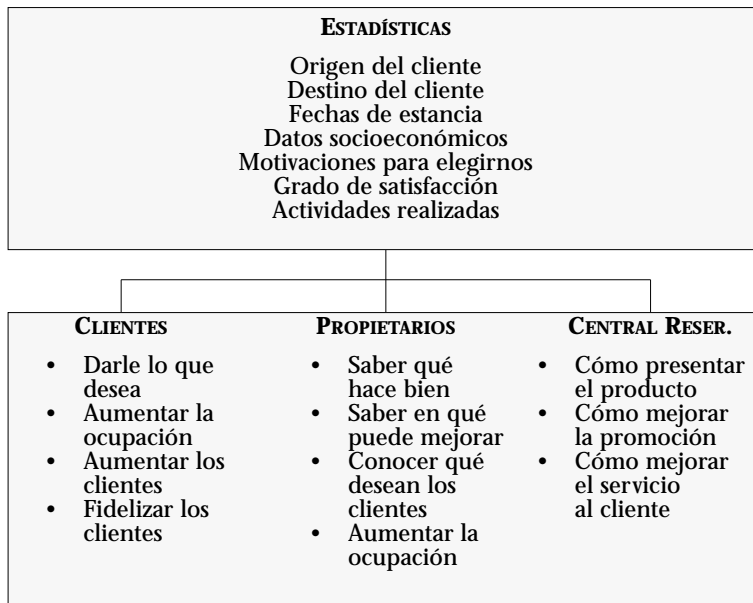
EL PAQUETE TURÍSTICO

- Oferta al cliente
- Aumentar los días de ocupación
- Una manera atractiva de presentar el producto: Alojamiento + actividad
- Intenta adaptarse a la demanda

CARACTERÍSTICAS:

- Tiene un precio fijo
- Es para temporada baja
- La incorporación de propietarios de alojamiento y empresa es voluntaria
- Sólo se puede reservar a través de la Central de Reservas
- Los paquetes se hacen a iniciativa del propietario o de la Central

LA UTILIDAD DE LAS ESTADÍSTICAS



TURISMO RURAL EN HUESCA

OFERTA DISPONIBLE EN LA CENTRAL DE RESERVAS EN 2001

ALOJAMIENTO Y OCIO

ESTABLECIMIENTOS	PROPIETARIOS	PLAZAS MAXIMAS	% PLAZAS
Casas y apartamentos	184	1.692	42%
Habitaciones	108	1.127	28%
Hotelería familiar	28	708	18%
Albergues	12	480	12%
Empresas de servicios	12		
TOTAL	301	4.007	100%

