

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO

## El modelo de clubes de producto

LA PERSEVERANCIA ES LA VIRTUD POR LA CUAL TODAS  
LAS OTRAS VIRTUDES DAN SU FRUTO.  
*"Arturo Graf"*



Javier Franco Fernández  
Cercania Consultores



Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
Una manera de hacer Europa

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

## ÍNDICE

01. Qué es la cooperación
02. Beneficios de la cooperación
03. Cooperación Operativa
04. Cooperación Estratégica
05. Fases del Proceso
06. Factores Clave
07. Colaboración público -privada
08. Modelo de clubes de productos Turísticos en Andalucía



# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

## El modelo de clubes de producto

### ¿QUE ES LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL?

LAS PERSONAS  
INTERACTUAMOS Y  
ESTAMOS  
CONTINUAMENTE  
COLABORANDO

- En el matrimonio
- Con los amigos
- Con los compañeros de trabajo
- Con los proveedores
- Con nuestros clientes ...

HAY QUE PERDER EL MIEDO A LA  
COLABORACIÓN, ES UNA REALIDAD Y  
UNA NECESIDAD

- 1.OBJETIVO COMUN
- 2.ACUERDO
- 3.DELEGACION DE  
FUNCIONES
- 4.INDEPENDENCIA

Que es la cooperación  
empresarial

La cooperación empresarial es la plasmación de un acuerdo que alcanzan dos o más empresas independientes entre sí, que se unen para la realización de un proyecto con un propósito común pero manteniendo la independencia de cada una de ellas



LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.  
El modelo de clubes de producto

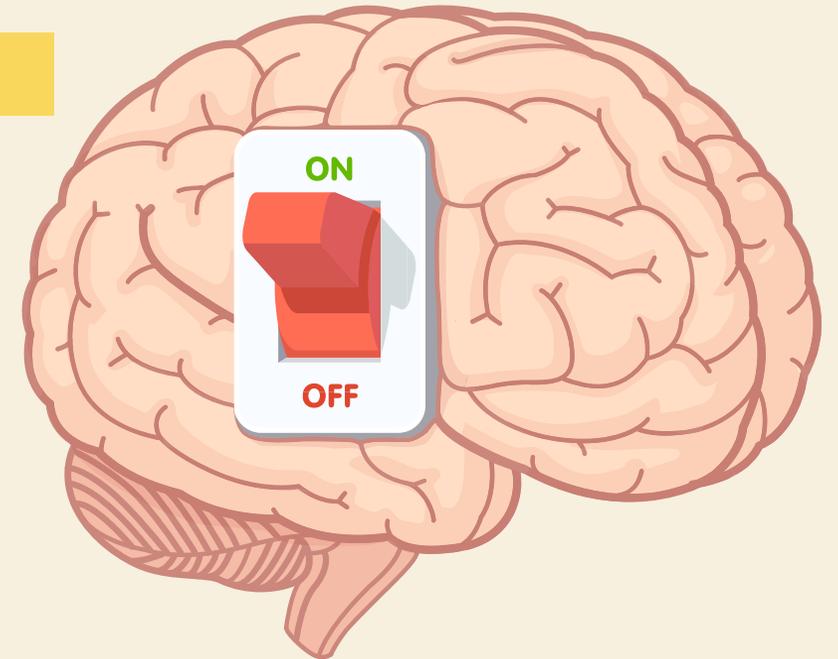
# COOPERAR NO ES...

#01 LA COOPERACIÓN NO ES UN FIN, SINO UN MEDIO

#02 LA COOPERACIÓN ES MÁS QUE TENER CONTACTO CON EMPRESAS

#03 NO ES BUSCAR CLIENTES

#04 NO ES LLEVARSE EL ÚLTIMO CENTIMO

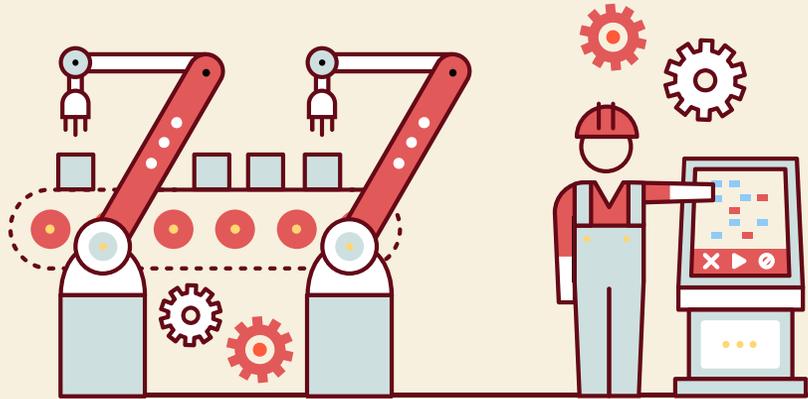


COOPERAR ES MUCHO MÁS QUE TODO ESTO

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

## El modelo de clubes de producto

### ANTECEDENTES



Aparecen nuevos  
consumidores

Los sectores se diluyen

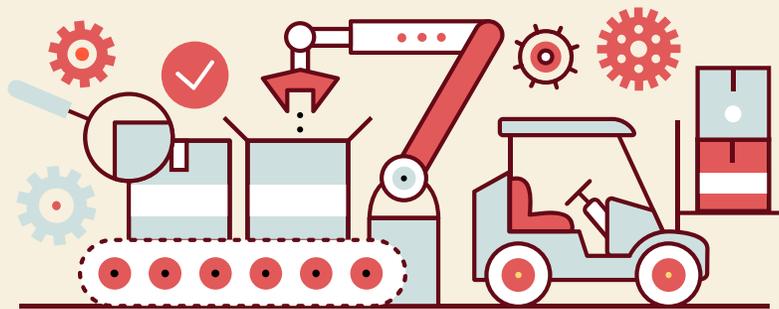
Móviles, coches autónomos, ebook.....

Nuevas maneras de consumir

Uber, globo, job&talent, Netflix

Sector Turístico

Internet como escaparate, nuevas maneras de  
consumir el destino, cada vez se exige más del  
territorio



Se crean nuevos  
espacios  
(físico y virtual)

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

## El modelo de clubes de producto

¿QUE ES LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL?  
¿CON QUIÉN?

### COOPERACIÓN VERTICAL



### COOPERACIÓN HORIZONTAL



### Empresas complementarias en su actividad:

- El acuerdo es para desarrollar competencia o actividades que son complementarias para los socios, sin que forme parte de su propuesta de valor
- Favorece la especialización
- No suele existir rivalidad entre los cooperantes

### Empresas similares en su actividad:

El acuerdo es para desarrollar competencia o actividades que benefician a ambas partes  
Se busca obtener economías de escala y beneficiarse de obtener información y know-how sobre su actividad principal  
Suelen ser empresas rivales que realizan la misma actividad

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

¿QUE ES LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL?  
¿DONDE?

EN ORIGEN

Empresas radicadas en dos economías de referencias distintas (Tui)

EN DESTINO

Empresas radicadas en la misma economía de referencia. (club de producto)



# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

¿QUE ES LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL?  
¿COMO?

Grado de intensidad

Franquicias

UTE

Consorcio

Cooperativa

Joint  
Venture

Acuerdo de  
colaboración

Central de  
compras

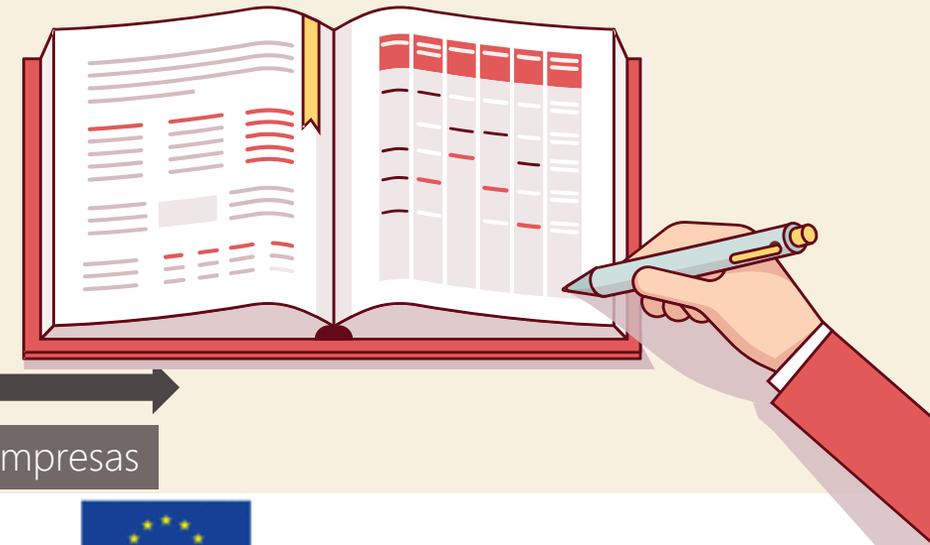
Transferencia de  
tecnología

Antena colectiva

Distribución  
comercial

Club de empresas

Numero de empresas



# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

## El modelo de clubes de producto

### BENEFICIOS DE LA COOPERACION EMPRESARIAL

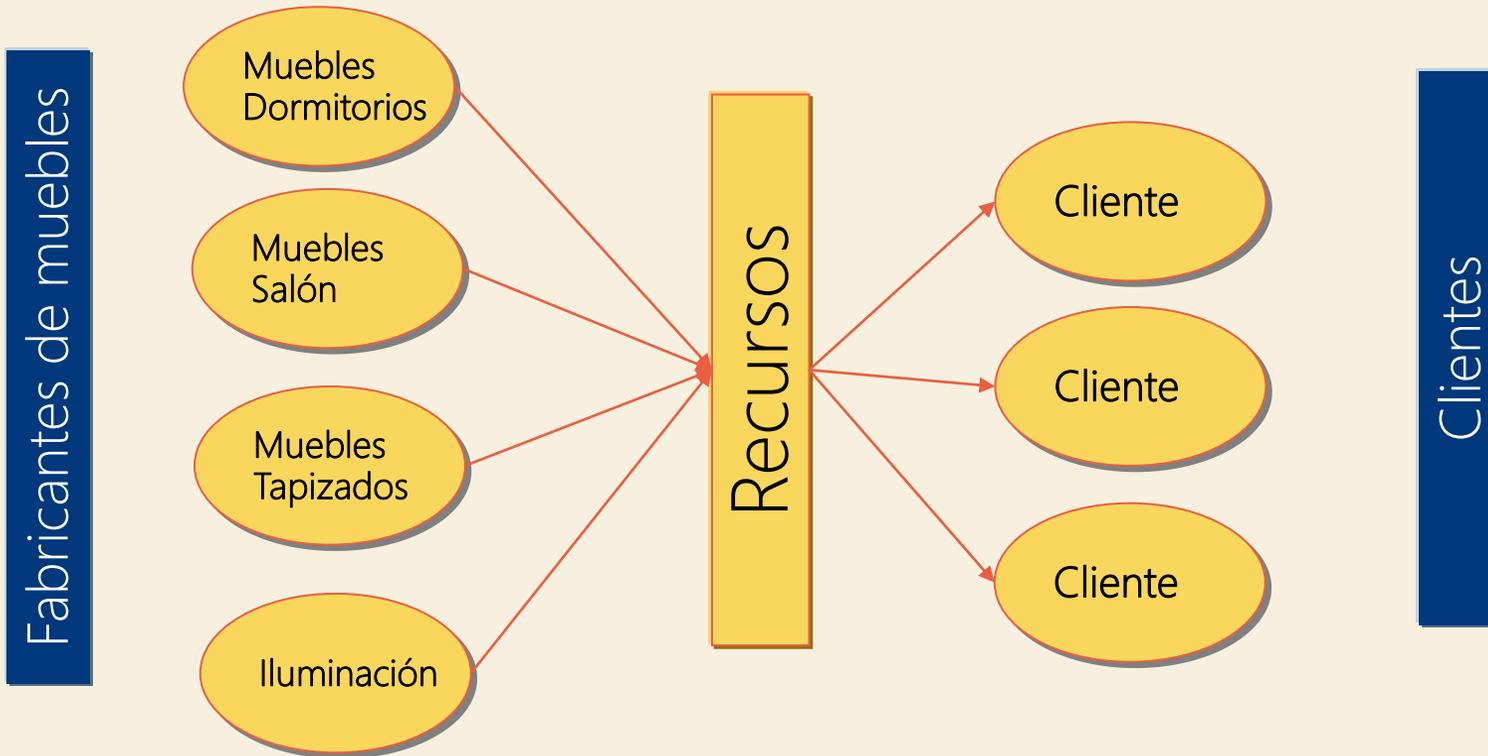
- # Posibilidad de mayor / mejor GAMA
- # Posibilidad de ECONOMÍAS DE ESCALA
- # Mayor posibilidad de GENERAR MARCA / otro factor de diferenciación.
- # Mayor PODER DE NEGOCIACIÓN
- # Mayor CONTROL sobre la operativa y gestión del MERCADO EXTERIOR.
- # REPARTO DE GASTOS entre socios
- # Percepción de AYUDAS INSTITUCIONALES
- # INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS



# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

## El modelo de clubes de producto

### COOPERACION OPERATIVA



### Gestión compartida de negocios individuales

#### Beneficios

- Lograr economías de escala y de experiencia
- Compartir costes en las inversiones y en su financiación
- Incrementar la rentabilidad económica y financiera
- Adquirir las habilidades y conocimientos del socio
- Aumentar el poder de mercado
- Controlar la distribución del producto final

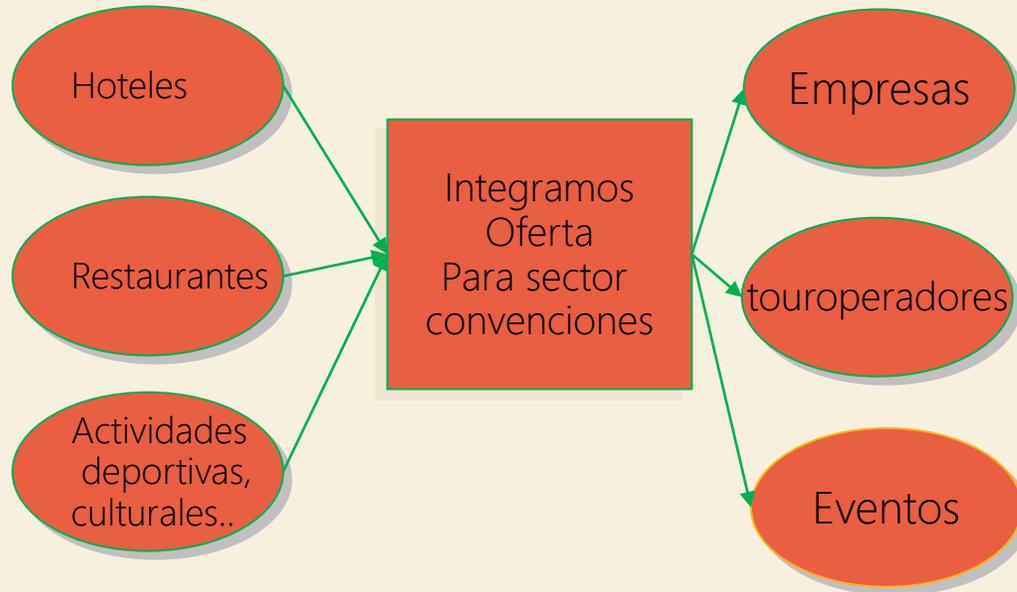


# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

## El modelo de clubes de producto

### COOPERACIÓN ESTRATEGICA

Empresas de Servicios Turísticos



Clientes

Integración de las ofertas de las empresas: una sola "oferta del grupo"

- Nuevo negocio
- Nueva estrategia
- Nueva gestión

#### BENEFICIOS

- Conseguir acceder a mercados difíciles
- Ahorrar tiempo en la obtención de ventajas competitivas
- Generar sinergias
- Posibilitar un mejor acceso a la financiación
- Adoptar una medida de fuerza antes los poderes públicos
- Conseguir bonificaciones y exenciones fiscales así como subvenciones



# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

## El modelo de clubes de producto

### ASPECTOS CLAVE DE LA COOPERACIÓN

#### FACTORES DE ÉXITO

- Tener claro el enfoque y los objetivos marcados en el acuerdo
- Iguales beneficios y obligaciones/deberes para las partes
- Establecer instrumentos eficaces para el funcionamiento del acuerdo: financiación intercambio de conocimientos, trabajo en equipo, etc.
- Formalizar lo acordado a través de contratos
- Trabajar un ambiente de confianza y de colaboración entre los socios /as
- Definir con claridad el reparto de responsabilidades en el proceso de toma de decisiones
- Los responsables operativos de la alianza tienen que conocer perfectamente el acuerdo

#### FACTORES PARA EL FRACASO

- No establecer claramente los objetivos del acuerdo (equilibrados)
- No compartir información
- incompatibilidad entre socios en cuanto a la filosofía de gestión, objetivos perseguidos, etc
- Falta de definición de una operativa clara
- Responsables no capacitados para las que supone el acuerdo



# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

## El modelo de clubes de producto

### CASOS DE EXITO

La Sociedad de Procedimientos de Pago, S.L. es la compañía española propietaria del Servicio de Transferencias Inmediatas Bizum, constituida por las principales entidades bancarias que operan en el ámbito nacional y que se han unido en esta apuesta pionera a nivel europeo con la misión de ofrecer al cliente una solución integral de pagos en tiempo real y cuenta a cuenta, permitiéndole realizar todo tipo de pagos entre particulares, on-line y en comercios, de forma sencilla, cómoda, segura y sea cual sea el banco del usuario.



# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

## CASOS DE EXITO

TUI + Clisol



Cooperar para tener una oferta más amplia en el destino (Almería). Colaboración en un momento inicial de creación del destino.

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

## La colaboración PRIVADA-PUBLICA



Pandemia

La pandemia derivada del Covid-19 ha provocado una parálisis de la actividad turística global

Nuevos modelos

Los modelos de organización público-privada crean optimización de recursos y sinergias

Colaboración público-privada

Desarrollo de nuevos productos, la mejora de la gestión de los destinos o la puesta en marcha de estrategias de marketing y comunicación.

Reactivación del turismo

**digitalización, la innovación y la sostenibilidad**

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

## El modelo de clubes de producto

### La colaboración PRIVADA-PUBLICA

El Plan de Recuperación,  
Transformación y Resiliencia

NETX GENERATION

- “La envergadura de estos retos requiere del concurso del conjunto de la sociedad, articulado a través del Gobierno, las instituciones europeas, el Parlamento, las comunidades autónomas y corporaciones locales, y de los agentes sociales. **La colaboración público-privada** será clave para la ejecución de los distintos proyectos tractores contemplados en el Plan...”
- “Plan de digitalización de cuatro sectores estratégicos: salud, automoción, turismo y comercio, además del agroalimentario, estableciendo mecanismos de colaboración público-privada para el desarrollo de soluciones tecnológicas que aumenten la productividad a lo largo de toda la cadena de valor de estos sectores, en los que España cuenta con una posición de liderazgo ”

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

La colaboración PRIVADA-PUBLICA

PLAN GENERAL DE TURISMO  
SOSTENIBLE  
ANDALUCÍA HORIZONTE 2020

Andalucía

PLAN GENERAL DE TURISMO  
SOSTENIBLE DE ANDALUCÍA

Horizonte 2020



LA COLABORACIÓN PRIVADA-PÚBLICA ESTÁ  
PRESENTE EN LA PLANIFICACIÓN DEL DESTINO

A partir de estas Líneas Estratégicas, el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020 contemplaba 30 programas de actuación:

Apoyo al  
emprendimiento  
turístico  
sostenible y  
competitivo.



Apoyo al desarrollo  
de productos  
turísticos adaptados  
a las nuevas  
necesidades de la  
demanda.



Apoyo a la  
formación de  
clubes de  
productos.

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

La colaboración PRIVADA-PUBLICA

La COLABORACIÓN PRIVADA-PÚBLICA ESTÁ  
PRESENTE EN LA PLANIFICACIÓN DEL  
DESTINO

## PLAN META



66 *Es necesario continuar fomentando la investigación en turismo, el apoyo institucional e inversor, que permitan la creación de nuevos productos turísticos, optimizar los procesos de gestión, impulsar la colaboración interempresarial a través del asociacionismo y los grupos de mejora continua 99*

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

La COLABORACIÓN PRIVADA-PÚBLICA ESTÁ PRESENTE EN LA  
PLANIFICACIÓN DEL DESTINO

La colaboración PRIVADA-PUBLICA

## PLANES DE GRANDES CIUDADES- SEVILLA

“El PTGC de Sevilla contempla el desarrollo de determinados clubes de producto que van a ordenar y estructurar la oferta turística, empresarial y pública, en productos específicos que se dirigirán a nichos de demanda concretos pudiéndose promocionar en mercados objetivo. turismo religioso, flamenco, casas palacio, idiomático, LGTBI o Premium.”



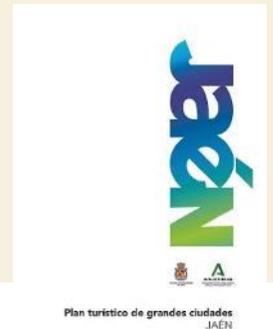
## PLANES DE GRANDES CIUDADES-JEREZ

“Se establece como necesario el desarrollo de clubs de producto como fórmulas de colaboración y cogestión capaces de conformar productos integrados que generen experiencias. Club de producto Ruta del vino y del brandy del marco de Jerez”



## PLANES DE GRANDES CIUDADES-JAEN

“Proyecto 5.3. Alianzas con agentes estratégicos en el sector turístico. El Ayuntamiento de Jaén participa tanto del Club de Producto de Castillos y Batallas como de la Red de Juderías, proyecto este último que se contempla como estratégico en esta acción...”



# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

La colaboración PRIVADA-PUBLICA

**DECLARACIÓN MUNICIPIO  
TURÍSTICO ANDALUCÍA**

**PLANES DE CALIDAD TURÍSTICA**

“Esta figura tiene como objetivo paliar el desequilibrio generado por la necesidad de realizar esfuerzos económicos, organizativos y planificadores debido a los incrementos poblacionales vinculados a los flujos turísticos.

Como requisito para la aprobación y/o renovación de la declaración de Municipio Turístico de Andalucía, desde 2017 es necesario contar con un **Plan de Calidad Turística** que recoja la visión estratégica del municipio, las líneas de actuación y el plan de acción.

En los planes de calidad turística de los municipios de Ayamonte, Cartaya, Isla Cristina, Lepe y Punta Umbría recogen una serie de actuaciones dirigidas a seguir fortaleciendo el tejido empresarial y la oferta que forma parte del **Club de Producto Huelva Marinera**. Acciones como sensibilizar al empresariado local para su captación como nuevos miembros del Club de Producto Huelva Marinera o fortalecer las actividades relacionadas con la tradición marinera de estos municipios. ”

**Huelva** CLUB DE PRODUCTO  
**marinera**



# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

## El modelo de clubes de producto

### ¿Qué es un club de producto turístico?

Dentro de las posibles formas de cooperación empresarial y/o público privadas se encuentran los Clubes de Producto que permiten **ordenar y estructurar la oferta turística**, con el apoyo de la administración, en productos que se puedan dirigir a una demanda específica y que, consecuentemente, se puedan promocionar en los mercados correspondientes

Su misión consiste en **gestionar y promocionar activamente los intereses comunes** de las empresas de cada segmento turístico: alojamiento, hostelería, puertos, campos de golf, actividades de ocio, agencias de viajes, etc.



Los clubes de producto son una **alianza estratégica** de un conjunto diferenciado de establecimientos que, por su calidad e innovación, son referencia para la industria turística en un destino.

Se constituyen como **instrumentos para fomentar la colaboración y el asociacionismo** de las empresas turísticas, de manera que el mercado emisor pueda beneficiarse de las economías de escala en la gestión, promoción, comercialización y distribución, además de ofrecer al turista un servicio integral.

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

## El modelo de clubes de producto

### Objetivos del club de producto

OFERTA

- Diversificar actividades, servicios y experiencias
- Mejorar la calidad de los servicios
- Consolidar el tejido empresarial
- Aumentar el volumen de negocio
- Potenciar la competitividad de empresas y destino

DEMANDA

- Diversificar opciones de mercado
- Captar nuevos nichos
- Cubrir necesidades específicas de la demanda
- Generar mayor confianza en la calidad de la prestación de servicios

Todo enfocado al incremento de la satisfacción del turista

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

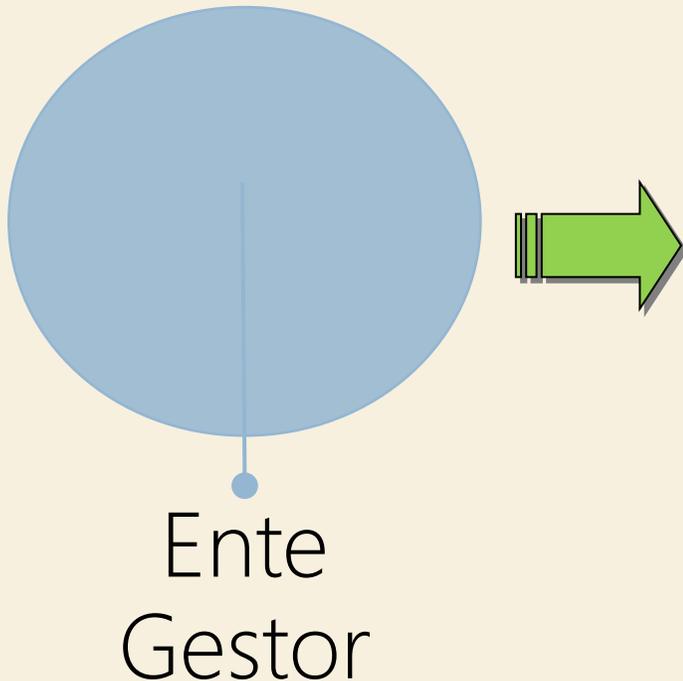
## PROCESO DE CREACIÓN DE UN CLUB DE PRODUCTOS



# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

## El modelo de clubes de producto

### PROCESO DE CREACIÓN DE UN CLUB DE PRODUCTOS



- ✓ Actuar como interlocutor único a nivel nacional e internacional del producto.
- ✓ Representar a los empresarios que se adhieren al club.
- ✓ Prestar asistencia a los empresarios que forman parte del club
- ✓ Velar por el cumplimiento de los requisitos y aprobar adhesiones de empresas.
- ✓ Actualizar la oferta que compone el club y mantenerla al día, lista para una promoción eficiente
- ✓ Promocionar el producto con fondos propios y con la ayuda de las AA.PP, llegando a la demanda segmentada previamente.
- ✓ Ayudar a comercializar la experiencia y/o comercializarla directamente.
- ✓ Ofrecer beneficios a los empresarios que se adhieran: formación, asistencia técnica, intercambio, promoción conjunta y específica, comercialización.
- ✓ Acometer proyectos innovadores para resolver las necesidades del producto (de los territorios, de las empresas turísticas, de los comercializadores y del turista), y usar eficientemente los mecanismos de financiación. indemnizaciones si se incumplen

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto



## EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS



Club de Producto Turístico respaldado por la Secretaría de Estado de Turismo, TURESPAÑA y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación que se basa en la integración de los recursos y servicios turísticos de interés de una zona vitivinícola, planteados desde la autenticidad y la vocación vivencial. Es un producto que se asienta sobre una estrategia de desarrollo socioeconómico integral del territorio, de cooperación público-privada y de valorización de la identidad y cultura vitivinícola del destino.

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

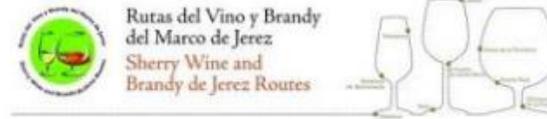
## El modelo de clubes de producto

### EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS

#### RUTAS CERTIFICADAS



#### Rutas del Vino y Brandy del Marco de Jerez



#### Cómo llegar



Nueve localidades conforman el Marco de Jerez: Jerez de la Frontera, El Puerto de Santa María, Sanlúcar de Barrameda, Chiclana de la Frontera, Chipiona, Puerto Real, Rota, Trebujena y Lebrija. Los aeropuertos de Jerez, Sevilla, Málaga y Gibraltar, estaciones y líneas de ferrocarril, transporte marítimo, así como una magnífica red viaria que permite enlazar cómodamente los municipios y ciudades que conforman las Rutas del Vino y Brandy del Marco de Jerez y los principales destinos nacionales e internacionales, así como una importante oferta de medios de comunicación y transporte.



# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

## El modelo de clubes de producto



### EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS

#### Vinos y Gastronomía



El Marco de Jerez, conforma el privilegiado triángulo geográfico donde tienen su origen vinos, brandies y vinagres de Jerez. Siguiendo una tradición de siglos que ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos, los vinos, brandies y vinagres de Jerez envejecen en majestuosas bodegas de acuerdo con las reglas de un sistema único en el mundo, que le confiere su personalidad: el sistema de soleras y criaderas. Disfrutar de estos vinos y brandies acompañados de la rica y variada gastronomía local resulta ser una experiencia única. La cocina innovadora y de autor aporta un toque distinguido y se alterna con platos de fuerte arraigo. Platos típicos de la viña como es el "ajo de viña", berza, callos, la carne de caza de la sierra..., desemboca en el disfrute de vivencias y experiencias inolvidables.

#### Actividades y experiencias



#### Patrimonio Cultural



El Marco de Jerez ha sido un enclave fuertemente influenciado por las distintas culturas que se han asentado en la región, entre las que destacan la época fenicia, romana y musulmana, ofreciendo un rico legado arquitectónico y espacios capaces de ofrecer vivencias singulares: yacimientos arqueológicos, centros monumentales declarados Bienes de Interés Cultural, iglesias, santuarios y ermitas, castillos y alcázares, faros, casas palacio, puertos pesqueros.



#### Actividades y experiencias



- Degustación de vinos y brandies de Jerez
- Visita a bodegas
- Catas comentadas y maridadas
- Paseo por viñedos y playas de fina arena blanca
- Deportes náuticos
- Espectáculos de arte flamenco
- Paseo por los cascos históricos
- Visita a museos y centros temáticos
- Espectáculos ecuestres
- Espectáculos taurinos
- Paseos en barco por la costa y ríos
- Visita al Parque Nacional y Natural de Doñana
- Visita a jardines botánicos, zoológicos y corrales de pesca



#### Patrimonio Natural



Como si de un mosaico se tratara, el Marco de Jerez se presenta como un paisaje único, plagado de contrastes y matices, en el que la costa y la sierra se funden a la perfección para el disfrute del visitante. El Marco de Jerez se caracteriza por una paleta de colores que solo se reúnen en un enclave como éste y que conforman una amplia extensión de viñas que producen las uvas que dan lugar a los vinos y brandies de Jerez, pinares y playas, lagunas, jardines, salinas y marismas, de un valor incalculable.

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

## EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS



### RED NACIONAL DE PATRIMONIO HISTÓRICO

#### Castillos y Palacios de España

España es uno de los países con mayor riqueza histórica. Descubre la gran diversidad de castillos, palacios y rutas que componen el patrimonio histórico de España.

Cada vez que utilice esta plataforma tecnológica, usted contribuye a la promoción y puesta en valor del patrimonio histórico nacional.



#### Descubre los **castillos de España**

Explora los castillos mejor conservados de nuestro patrimonio y disfruta de sus eventos y actividades.



#### Enamórate de los **palacios de España**

Visita los palacios de España y descubre cada rincón de su espectacular arquitectura.

[Ver todos los sitios](#)



#### Recorre **las rutas de toda España**

Comienza tu ruta a lo largo de castillos y palacios de España. Varios destinos con una historia en común, te están esperando.

Impulsar el sector turístico cultural de castillos y palacios de España con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña a través de distintas iniciativas y convenios, y también con el apoyo de las CCAA involucradas.

*La RED NACIONAL DE PATRIMONIO HISTÓRICO y SPAIN HERITAGE NETWORK se han seleccionado los castillos más emblemáticos de España y que están en mejor estado de conservación, a los que se puede acceder en forma de visita cultural, alojamiento, restaurante o bien se ofrece la posibilidad de alquilar para celebrar algún tipo de evento. Seleccione la propuesta más atractiva a través de nuestro buscador y disfrute de nuestros castillos.*

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

## EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS



Musical Viana Experience Cóctel  
Palacio de Viana



Desde **150€**  
Ver más

Visitas Privadas al Palacio. Cóctel o Cena  
Casa de Pilatos



Desde **300€**  
Ver más

Almuerzos medievales  
Castillo de Almodóvar



Desde **25€**  
Ver más

Experiencia Total  
Castillo Palacio de Canena



Desde **€**  
Ver más

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

## EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS

### El rey Fernando III en la ruta de Castillos y Palacios de Andalucía

Esta ruta se caracteriza por hacer un recorrido por castillos y palacios ubicados en localidades que[...]

Ver la ruta



AS ▾	NOTICIAS	SERVICIOS ▾
Visita al Monumento		
Alojamiento en Castillos y Palacios		
Restaurantes en Castillos y Palacios		
Eventos Singulares		
Experiencias Exclusivas		
Celebra tu Boda		
Alquiler de espacios y MICE		
Exposiciones y Museos		

### ¿Por dónde transcurre la ruta?



- Palacio de Viana
- Castillo de Almodóvar
- Palacio Portocarrero
- Castillo de la Monclova
- Casa de Pilatos
- Castillo de Santiago
- Palacio del Virrey Laserna
- Castillo de San Marcos

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

## EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS

**RUTA de los Castillos y las Batallas JAÉN**

**HISTORIA Y AVENTURA EN "JAÉN PARAÍSO INTERIOR"**

**Jaén PAISAJE INTERIOR**

**Compromiso a Calidad Turística**

Experiencias inolvidables de Ruta

Visitas Descubre la historia

SICTED Compromiso de Calidad Turística

Mi cuaderno de viaje

**CLUB de PRODUCTO TURÍSTICO**  
Ruta de los Castillos y las Batallas

# Presentación

Club de producto turístico

Inicio > Club de Producto > Presentación

### Presentación del Club de producto

Más de setenta entidades, entre empresas, ayuntamientos, asociaciones, forman parte del llamado Club del Producto, una iniciativa surgida al albor de la Ruta de los Castillos y las Batallas y cuyo objetivo no es más que contribuir al crecimiento, promoción y difusión de la misma. De este modo, además de la visita a algunos de los mejores ejemplos de la arquitectura defensiva del Medioevo, la ruta ofrece al visitante la posibilidad de disfrutar de otros servicios complementarios como restaurantes, alojamientos, tiendas especializadas, talleres artesanos, empresas de ocio o servicios turísticos... Toda una oferta de calidad para hacer de su participación en la Ruta de los Castillos y las Batallas una experiencia única e inigualable.

- Club de Producto
- Presentación del Club de producto
- Socios del Club de Producto
- Estatutos
- Boletín de adhesión
- Calidad SICTED

Como medio para integrar y valorizar la oferta de turismo de la provincia, así como fomentar la colaboración público – privada, garantizando unos estándares de calidad elevados, se ha creado el “Club de producto de Castillos y Batallas” , dando cobertura a la oferta actual y a los nuevos productos que se generen.

*Más de setenta entidades, entre empresas, ayuntamientos, asociaciones..., forman parte del llamado Club del Producto, una iniciativa surgida al albor de la Ruta de los Castillos y las Batallas y cuyo objetivo no es más que contribuir al crecimiento, promoción y difusión de la misma... la ruta ofrece al visitante la posibilidad de disfrutar de otros servicios complementarios como restaurantes, alojamientos, tiendas especializadas, talleres artesanos, empresas de ocio o servicios turísticos*

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto



## EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS



El Club de Producto Turístico 'Ruta del Jamón Ibérico' pretende impulsar el turismo de Extremadura, Castilla y León y Andalucía a través de la colaboración público-privada, poniendo en valor uno de los productos más característicos de su territorio.

*Nace con el objetivo de impulsar el desarrollo turístico de las regiones implicadas a través de la alianza estratégica y voluntaria de los diferentes agentes públicos y privados, así como de fomentar la calidad y competitividad de las empresas y el sector turístico de la región, potenciando su imagen y diversificando el catálogo de productos del turismo nacional.*

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto



## EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS



### La Dehesa

La dehesa es uno de los ecosistemas más singulares del planeta. Una perfecta armonización entre el hombre y la naturaleza y un modelo tradicional de desarrollo sostenible que conserva toda su vigencia en la actualidad. Un espacio excepcional, exclusivo y único que ha dado origen a un modelo cultural específico que permanece plenamente vigente en nuestros días.

*saber más*



### EL Corte

El cerdo ibérico es el principal protagonista de nuestra historia. Se trata de una raza autóctona perfectamente adaptada al medio que a lo largo del tiempo ha ido desarrollando las características que lo hace especial y diferente. Su presencia en la zona y su vinculación con los pueblos que la han habitado se remonta a un lejano pasado. Así por ejemplo, en buena parte de la zona productora encontramos los verracos...



## RUTA DEL JABUGO



Comprende los 31 municipios integrados en la zona de elaboración y maduración de la DOP Jamón de Huelva en las comarcas de Sierra de Aracena y Picos de Aroche y de Cuencas Mineras. Gran parte del territorio es Parque Natural y Reserva Mundial de la Biosfera. En él se crían los cerdos ibéricos con los que se elaboran los reconocidos jamones de Jabugo.

Ir a mapa

Alternative flash content

Requirements

Establecimientos de la Ruta



Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
Una manera de hacer Europa

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto



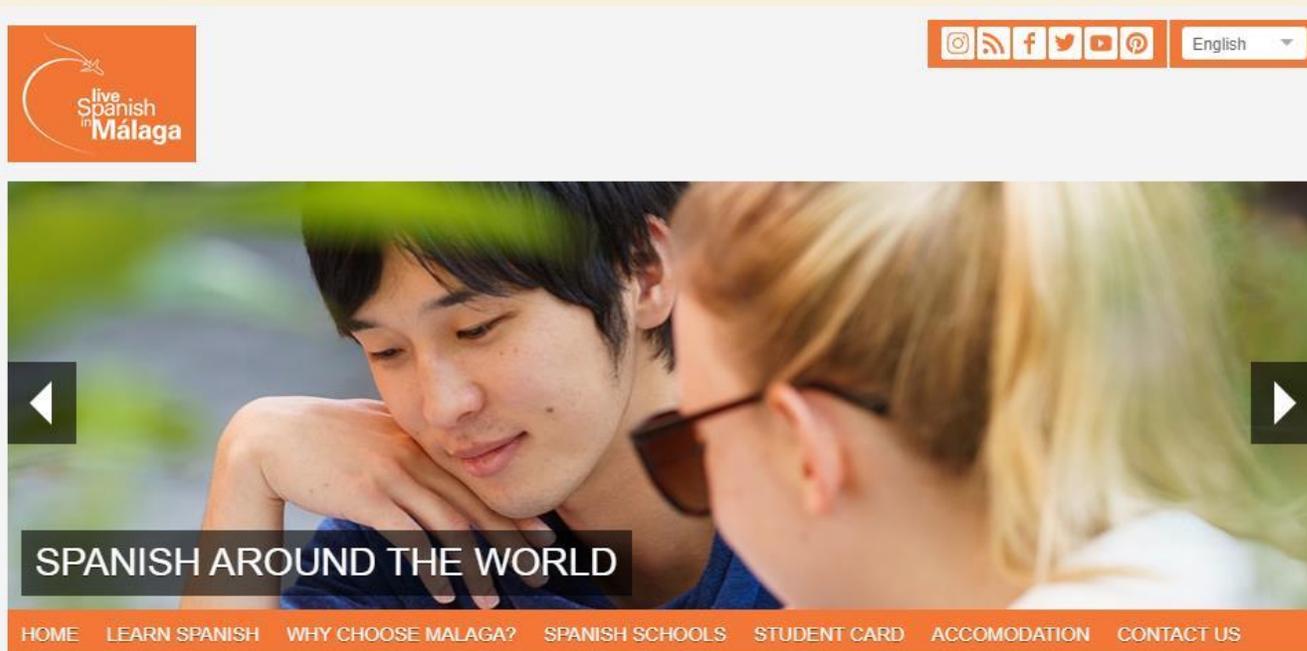
## EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS



# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto



## EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS



El Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, la Confederación de Empresarios, Cámara de Comercio y Conserjería de Turismo de Andalucía, junto con la Asociación de Centros de Español de Málaga, son las instituciones que configuran el Club de producto idiomático del Español.

*Mediante el Club de Producto Idiomático del español LIVE SPANISH in MÁLAGA se establece la cooperación público-privada de empresas e instituciones interesadas en promocionar el turismo de idiomas en la ciudad de Málaga.*

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto



## EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS

## Tarjeta de Estudiante

### Escuelas de Español para Extranjeros



#### Academia AIFP

- Dirección: Calle Doña Enriqueta, 4. 29007 Málaga
- Teléfonos: 952219965

VER MÁS



#### AIL Málaga

- Dirección: Calle Sierra del Madroño 12. 29003 Málaga
- Teléfonos: 951771765

VER MÁS



#### Campus Idiomático

- Dirección: C/ Córdoba, nº 6, oficina 102-103 y 203. Málaga
- Teléfonos: 951380157

VER MÁS



#### Centro Internacional de Español.- Universidad de Málaga

- Dirección: Avda de la estación del Palo, 4. 29017 Málaga
- Teléfonos: 951952738

VER MÁS



#### Cervantes Escuela Internacional

- Dirección: Avenida Juan Sebastián Elcano, 89.. 29017 Málaga
- Teléfonos: 952295378

VER MÁS

### Alojamiento Turismo idiomático



#### EF Campus Internacional de Idiomas

- Dirección: Avda. Juan Sebastián Elcano, 117. 29017 Málaga
- Teléfonos: 952298481

VER MÁS



#### Enforex Málaga

- Dirección: C/Carretería, 84.. 29008 Málaga
- Teléfonos: 915943776

VER MÁS



#### Malaca Instituto – Club Hispánico

- Dirección: Calle Rodeo, 5. 29018 Málaga
- Teléfonos: 952293242

VER MÁS



#### Residencia Universitaria Alarcón Luján

- Dirección: C/Alarcón Luján, 8. 29010 Málaga
- Teléfonos: 625195298

VER MÁS



#### Residencia Universitaria Alberto Jimenez Fraud

- Dirección: Plaza José Bergamín, 6.. 29007 Málaga
- Teléfonos: 952089200

VER MÁS

### ¿Qué es?

La tarjeta de estudiante de español es un proyecto creado y coordinado por la marca de turismo idiomático "Live Spanish in Málaga", que da acceso a una oferta bonificada de transporte, ocio, cultura, deportes y mucho más.

### ¿Dónde se compra?

La tarjeta se puede adquirir en los centros de enseñanza de español y en otros establecimientos autorizados.

### ¿Para qué sirve?

- Permite su uso como Tarjeta Multiviaje de Autobús.
- Es una Tarjeta-Descuento para los estudiantes extranjeros en Museos, Monumentos, Restaurantes, Comercios, Establecimientos de Ocio y otros.
- Tarjeta compatible con MALAGABICI\*. Uso de bicicletas municipales (Gratis 30min.)

\*Esta tarjeta puede ser usada para acceder a la Tarjeta MALAGABICI que permite el uso de las bicicletas municipales, previo registro y alta según las condiciones publicadas en la web [www.malagabici.malaga.eu](http://www.malagabici.malaga.eu) (solo mayores de 16 años). Seguro de responsabilidad civil 5 euros.

### Precio

El precio de venta de la tarjeta es de tan solo 5€ (impuestos incluidos).

Información: 951 92 60 20 | [info@malagaturismo.com](mailto:info@malagaturismo.com) | [www.livespanishinmalaga.com](http://www.livespanishinmalaga.com)

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto



## EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS

**LO MÁS RECIENTE** Las últimas noticias de Turismo idiomático. Aprende español en Málaga



**Málaga Education Week reúne desde hoy en la ciudad a más de medio millar de expertos en Turismo Idiomático**

13/01/2020  
Desde hoy y hasta el próximo 19 de enero tendrá lugar en la ciudad la tercera edición de Málaga...



**Málaga se presenta como destino para el aprendizaje de español en la feria Language Show Live de Londres**

14/11/2019  
Málaga se presentará este fin de semana, entre los días 15 y 17 de noviembre, como el destino ideal...



**Málaga presenta en Polonia su oferta como destino para el aprendizaje de español**

17/10/2019  
Málaga presentará entre mañana y el 21 de octubre su oferta como destino idóneo para el aprendizaje...



**Málaga se promociona en Dinamarca como destino para aprender español**

11/09/2019  
Los técnicos del segmento idiomático del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga realizarán...

1 2 3 4 5 6 » Último



**Málaga se promociona en Suiza como destino para aprender Español**

10/04/2019  
Los técnicos del segmento idiomático del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga se encuentran...



**Málaga enseña español al mundo**

21/01/2019  
La segunda edición de Málaga Education Week ha consolidado definitivamente este evento multidisciplinar, único...



**Comienza la segunda edición de Málaga Education Week con más de 700 profesionales del turismo idiomático**



**Málaga presenta una tarjeta-descuento para los estudiantes de español**

01/02/2019  
La concejala de Turismo y Promoción de la Ciudad, María del Mar Martín Rojo, ha presentado hoy la tarjeta...



**Agentes de Polonia, Rusia, Reino Unido y EE.UU. conocen la oferta idiomática y cultural de Málaga**

18/01/2019  
Desde el pasado miércoles 16 y hasta el domingo 20 de enero, seis agentes de turismo idiomático procedentes...



El turismo idiomático protagoniza la

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto



## EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS



El objetivo general del “Club de Producto Huelva Marinera” es integrar las distintas ofertas existentes en la provincia de Huelva en torno a la pesca y su industria asociada, con el fin de conseguir un producto con elevados estándares de calidad, que impulse el incremento de la demanda dentro del turismo gastronómico y del turismo cultural en la provincia de Huelva

*COSTA DE HUELVA, TRADICIÓN MARINERA es el concepto que vertebra al Club de Producto de Turismo Marino de la Costa Occidental de Huelva pues dicha tradición impregna cada uno de los rincones, de los recursos y de los servicios con potencialidad turística del litoral onubense.*

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto



## EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS



### La Pesca, la ciudad: el ambiente marinero

*Puertos Pesqueros, Faros, Barrios Marineros.*

Four images illustrating maritime tourism products:

- Foredures**: *Puertos Pesqueros.*
- Excursiones Marítimas**: *Lelebes*
- Serodiel**: *Puertos Pesqueros.*
- The Tattoo Fisher**



### La Marisma y los Estuarios

*Acuicultura, Salina, Paseos por Marismas.*

Three images illustrating products from the Marisma and Estuaries:

- Salinas del Astur**
- Salinas Biomaris**
- Flechamar**

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto



## EJEMPLOS DE CLUB DE PRODUCTOS



### Lonjas y Mercados de Abastos

Subastas y Ventas.

**La industria del mar**  
Conservas y Salazoneras.

**Conservas Concepción**  
Conservas y Salazoneras

**Pesasur**  
Conservas y Salazoneras

**Unión Salazonera Isleña, S.A. (USISA)**  
Conservas y Salazoneras



### La gastronomía del mar

Restaurantes marineros

**Lonja de Punta Umbría**

**Lonja de Isla Cristina, S.L.**  
Subastas y Ventas

**Mercado Abastos Ayamonte**

**Mercado Abastos Isla Cristina**

**Restaurante Casa Rufino**  
Restaurantes

**Restaurante Casa Machaquito**

**Restaurante Casa Miguel Ángel**

**Restaurante Consolación**  
Restaurantes



Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
Una manera de hacer Europa

# LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. El modelo de clubes de producto

"La confianza engendra confianza. Servicios traen satisfacción.  
La cooperación demuestra la calidad del liderazgo."

James Cash Penny

