

9º SEMINARIO
CLUB ECOTURISMO
EN ESPAÑA

14_JUNIO_2021

O R D E N D E L D Í A

11:30_14:00

SESIÓN 1

- Introducción
- Presentación de avances
- Gobernanza

16:00_18:00

SESIÓN 2

- Dinamización, innovación y digitalización

PROYECTO DESARROLLO HOJA DE RUTA

¿Cuál es el objetivo general del **proyecto**?

Diseñar una **Hoja de Ruta** para el **Club Ecoturismo en España**, que sirva como referente para la definición de los **objetivos**, las **acciones** y los **medios** con los que debe contar para alcanzar la plenitud de su **misión** y **visión**, actualizada en el 2021 y proyectada para los próximos años.

¿Qué es la **Hoja de Ruta**?

Un **documento estratégico** donde se establezca la **secuencia de etapas** para alcanzar los objetivos marcados por el **Club**, y que destaca por exponer sus contenidos de una forma **gráfica, rápida y esquemática**, especificando los **plazos y recursos** necesarios para una mayor operatividad.

¿Qué son la **Misión** y la **Visión**?

La **misión** describe el motivo o la razón de ser del **Club**. Se enfoca en los objetivos a cumplir en el presente. Debe estar definida de manera precisa y concreta para guiar al grupo de trabajo en el día a día.

La **visión** describe una expectativa ideal sobre lo que se espera que el **Club** sea o alcance en un futuro. Debe ser realista, pero puede ser ambiciosa; su función es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo.

¿Cuáles son las etapas del **proyecto**?

1. Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España.
2. Diseño de la Hoja de Ruta del Club Ecoturismo en España.
3. Elaborar un plan de acción y un sistema de monitoreo para la Hoja de Ruta.
4. Elaborar una propuesta de valor del Club.

Etapa 1. Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España.

- Presentación resultados: metodología & DAFO.
- Referencias claves extraídas de las fuentes.
- Priorización Brechas: revisión y validación.

[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España metodología



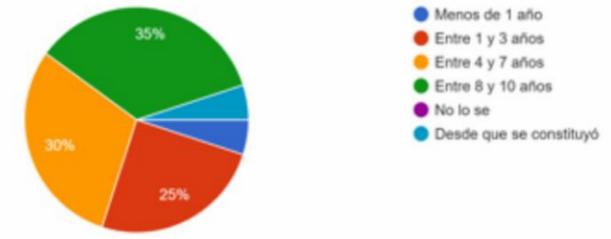
[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España metodología_ cuestionarios_destinos&empresas

119 encuestas cumplimentadas

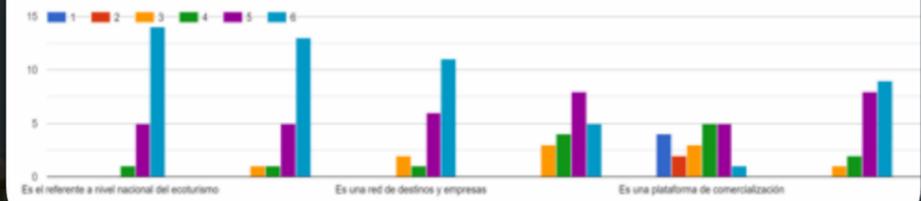


18 destinos 101 empresas

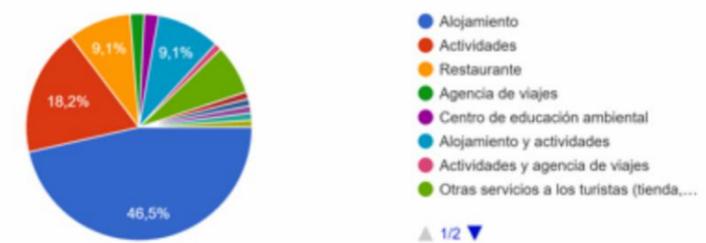
¿Hace cuántos años formas parte del Club Ecoturismo?
20 respuestas



¿Qué representa para ti el Club Ecoturismo? Por favor valora de 1 a 6 las diferentes definiciones, siendo 1 lo que crees que menos representa al Club y 6 lo que más representa al Club.



¿Que tipo de empresa eres?
99 respuestas

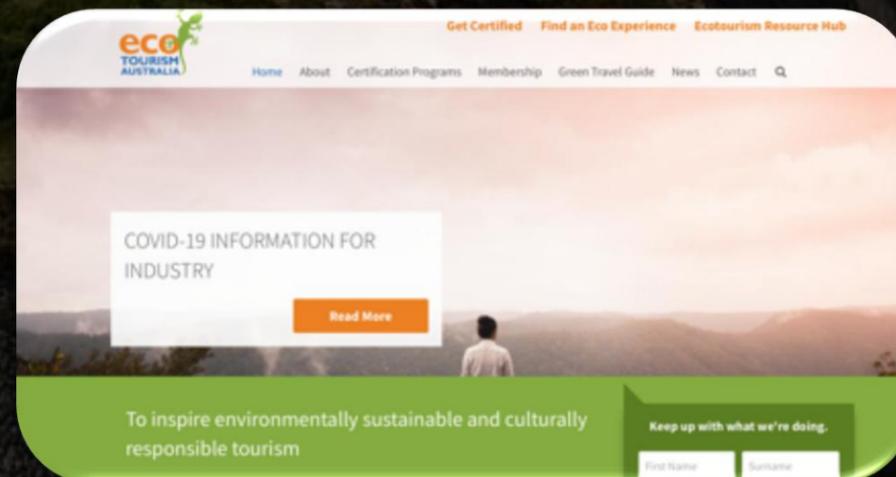


[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España metodología_ benchmarking_clubes

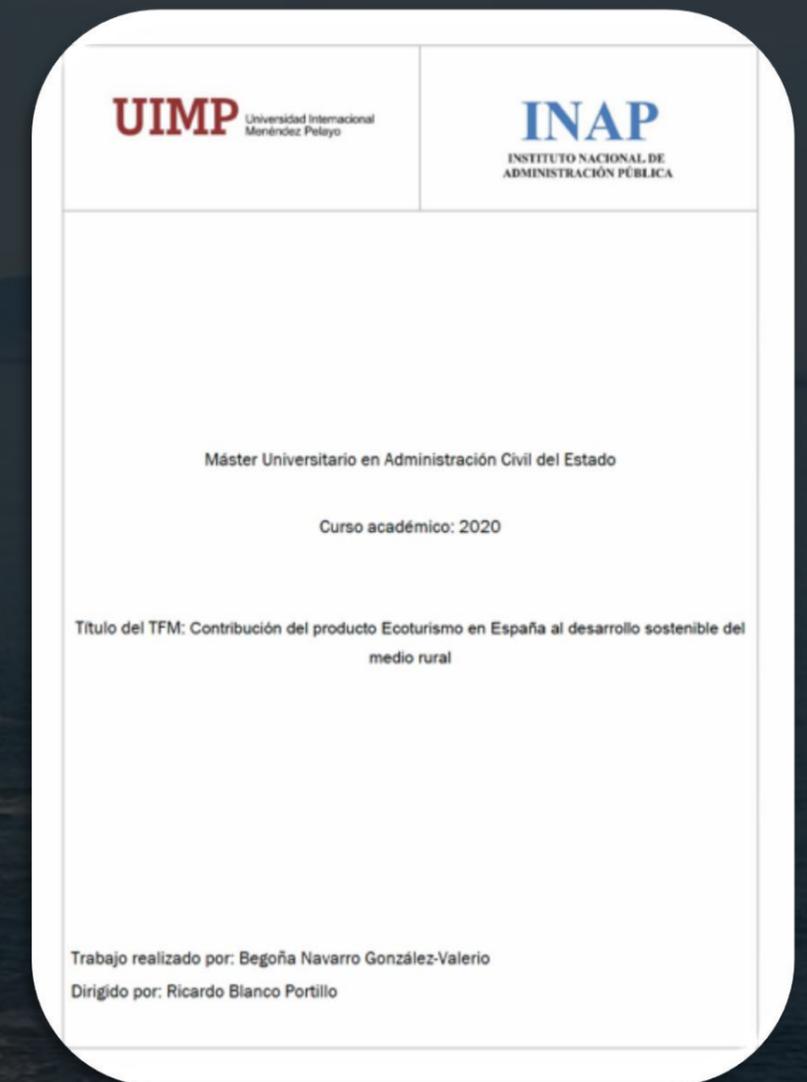
9 clubes / productos

- ❖ CdP Rutas del Vino
- ❖ Turismo Familiar
- ❖ Club Náutico
- ❖ Temps
- ❖ CdP de Turismo Activo
- ❖ Ecotur
- ❖ Ecoturismo.com
- ❖ Ecotourism Australia
- ❖ Ecotourism Rumanía

Análisis de los diferentes productos, sus propuestas de valor, amenazas, debilidades, singularidad, estructuras, estrategias, etc.



[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España metodología_ ente_gestor_del_Club & tesis



[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España dafo_ resultados

El DAFO que se presenta a continuación es resultado de sistematización de toda la información obtenida de todas las fuentes anteriormente mencionadas. Cada uno de los ítems que componen el mismo se han identificado acorde a la fuente, a la vez que se han priorizado acorde a criterios que se verán más adelante



[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España dafo_ fortalezas

DAFO	ITEM	FUENTE
FORTALEZAS	El Observatorio Turístico	BN
FORTALEZAS	Es el referente a nivel nacional del Ecoturismo	Cd
FORTALEZAS	RED de destinos y empresas.	Cd
FORTALEZAS	Es una plataforma de formación y divulgación de conocimiento	Cd
FORTALEZAS	Reconocimiento y prestigio por ser parte del Club Ecoturismo.	Cd
FORTALEZAS	La puesta en valor de la relación entre el Club y el ente gestor	Cd
FORTALEZAS	El Observatorio Turístico	Cd
FORTALEZAS	Su posicionamiento y relevancia institucional	Cd
FORTALEZAS	La comunicación del destino y de sus empresas	Cd
FORTALEZAS	La capacidad para involucrar al ente gestor del destino	Cd
FORTALEZAS	Es una plataforma de formación y divulgación de conocimiento	CdP
FORTALEZAS	Asociatividad	CdP
FORTALEZAS	Alianzas estratégicas	CdP
FORTALEZAS	Diversidad de Membresías para la financiación	CdP
FORTALEZAS	Interés e implicación de los destinos sobre los que se asientan. Es una herramienta de dinamización turística para las entidades públicas	CdP
FORTALEZAS	Economía de escala para la comunicación y la comercialización	CdP
FORTALEZAS	Segmentación, diferenciación y especialización	CdP
FORTALEZAS	Es el referente a nivel nacional del Ecoturismo	Ce
FORTALEZAS	RED de destinos y empresas.	Ce
FORTALEZAS	Es una plataforma de formación y divulgación de conocimiento	Ce
FORTALEZAS	Reconocimiento y prestigio por ser parte del Club Ecoturismo.	Ce
FORTALEZAS	El Observatorio Turístico	Club
FORTALEZAS	Es el referente a nivel nacional del Ecoturismo	Club
FORTALEZAS	Apoyo institucional	Club
FORTALEZAS	Promoción de turespaña	Club
FORTALEZAS	Convenio con basquetur	Club
FORTALEZAS	Reconocimiento	Club
FORTALEZAS	Congreso nacional de ecoturismo	Club
FORTALEZAS	El Observatorio Turístico	En
FORTALEZAS	Es el referente a nivel nacional del Ecoturismo	En
FORTALEZAS	Trabajo en equipo. Compartir conocimiento. Visibilidad de sus filosofías de producto .	En
FORTALEZAS	El Observatorio Turístico	RB
FORTALEZAS	El Ecoturismo en España como algo diferencial al resto del mundo para los mercados de demanda	RB

[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España dafo_ oportunidades

DAFO	ITEM	FUENTE
OPORTUNIDADES	Fomentar el asociacionismo local	BN
OPORTUNIDADES	Alianzas entre el sector público y empresas preocupadas por el medio ambiente y la responsabilidad social corporativa.	BN
OPORTUNIDADES	Alianzas entre el sector público y empresas preocupadas por el medio ambiente y la responsabilidad social corporativa.	BN
OPORTUNIDADES	Dinamizar y potenciar el Observatorio Turístico	BN
OPORTUNIDADES	Crecimiento	CdP
OPORTUNIDADES	Ser tendencia	CdP
OPORTUNIDADES	Comunicación y la comercialización bajo una misma marca para las empresas	CdP
OPORTUNIDADES	Implicación y confianza de los socios actualmente	Club
OPORTUNIDADES	Papel aglutinador de diversas iniciativas vinculadas con el ecoturismo en los espacios protegidos para dar respuesta a la necesidad de promoción y comercialización de las empresas.	Club
OPORTUNIDADES	Newsletter de profesionales.	Club
OPORTUNIDADES	Newsletter de ecoturistas.	Club
OPORTUNIDADES	Definir criterios para el diseño de experiencias	Club
OPORTUNIDADES	Relacion con OET	Club
OPORTUNIDADES	Relaciones con todas las ccaa / destinos y sus representaciones institucionales	Club
OPORTUNIDADES	Crear un sistema de certificación propio para el Club	Club
OPORTUNIDADES	Congreso	Club
OPORTUNIDADES	Dinamizar y potenciar el Observatorio Turístico	Club
OPORTUNIDADES	Fondos Europeos	Club
OPORTUNIDADES	Fondos Europeos	Club-RB
OPORTUNIDADES	Potencialidad de posicionamiento a nivel nacional.	En
OPORTUNIDADES	Impactar al cliente final	En
OPORTUNIDADES	Impactar a los gestores y empresas prestadoras de servicios de ecoturismo	En
OPORTUNIDADES	Formar al mercado de usuarios ecoturistas.	En
OPORTUNIDADES	Posicionar el producto Ecoturismo en España y POSICIONAR LA MARCA	En
OPORTUNIDADES	Impactar al cliente final	RB
OPORTUNIDADES	Llegar al usuario final, captar socios ecoturistas. Crear Embajadores del Club con diferentes categorías (5): embajadores, mensajeros, ecoturistas, guardianes, empresarios	RB
OPORTUNIDADES	Captar ayuntamientos y gestores que paguen cuotas.	RB
OPORTUNIDADES	Posicionar el Club de Ecoturismo con dos grandes áreas: Club de Usuarios / Club de Experiencias	RB
OPORTUNIDADES	Posicionar el producto Ecoturismo en España y POSICIONAR LA MARCA	RB
OPORTUNIDADES	Trabajar con los gestores y empresarios.	RB
OPORTUNIDADES	Las empresas comunicar los beneficios del ecoturismo.	RB
OPORTUNIDADES	Destacar la Secuencia Virtuosa del Ecoturismo: inspirar, contratar, experimentar. Comprender lo que se está visitando a través de la experiencia guiada.	RB

[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España dafo_ debilidades

DAFO	ITEM	FUENTE
DEBILIDADES	Cogobernaza, en cuanto a la escasa coordinación de los actores implicados	BN
DEBILIDADES	Falta de integración de las CCAA y las EELL en la promoción del producto Ecoturismo en España y en los órganos decisorios y de seguimiento del Club Ecoturismo.	BN
DEBILIDADES	deficiente promoción y comercialización del producto por parte de los destinos del club	BN
DEBILIDADES	Financiación	CdP
DEBILIDADES	Deficiente Métrica del retorno que implica la membresía	CdP
DEBILIDADES	COMERCIALIZACIÓN PoR PARTE DEL CLUB	CdP
DEBILIDADES	ESTRUCTURA DEL CLUB DEBIL EN CUANTO A GESTIÓN Y RECURSOS	En
DEBILIDADES	FORMACIÓN A LAS EMPRESAS	En
DEBILIDADES	Escasa IMPLICACIÓN de LAS EMPRESAS, YA QUE SON UNIDADES EMPRESARIALES MUY DÉBILES con escasos recursos físicos y materiales	En
DEBILIDADES	Promoción del ecoturismo	En
DEBILIDADES	No se logra generar capacitaciones porque estas son por medio de voluntarios, no tiene fuerza esta acción.	RB
DEBILIDADES	La comercialización de las experiencias de las empresas del destino	CD
DEBILIDADES	Aunque los clientes son todos amantes de la naturaleza no me constata que lleguen por el club	CE
DEBILIDADES	Escasez recurso humano para la administración del club	Club
DEBILIDADES	Confusión entre la asociación y el club	Club
DEBILIDADES	Gestión de la información entre socios, club....	Club
DEBILIDADES	Papel de los ente gestores locales del club	Club
DEBILIDADES	Papel de las empresas	Club
DEBILIDADES	Concepto/percepción del ecoturismo	Club
DEBILIDADES	No esta definida ni la misión y la visión	Club
DEBILIDADES	Producto (falta de homogeneidad, criterios dispares de calidad de las empresas, poco profesionales en el servicios que prestan,falta de innovación en las propuestas etc..)	Club
DEBILIDADES	Comunicación / promoción / comercialización	Club

[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España dafo_ amenazas

DAFO	ITEM	FUENTE
AMENAZAS	Dependencia financiera del ecoturismo de las comunidades / entidades públicas /etc	CdP
AMENAZAS	Dependencia financiera del ecoturismo de las comunidades / entidades públicas /etc	BN
AMENAZAS	Déficit en cuanto a la capacidad de gestión de los entes locales de los destinos.	(BN)
AMENAZAS	No se dispone de una correcta batería de indicadores que permita realizar una valoración completa del impacto del Club Ecoturismo en el medio socioeconómico, y del rendimiento del mismo.	BN
AMENAZAS	No se dispone de una correcta batería de indicadores que permita realizar una valoración completa del impacto del Club Ecoturismo en el medio socioeconómico, y del rendimiento del mismo.	CdP
AMENAZAS	CRECIMIENTO RÁPIDO PARA UNA ESTRUCTURA FRÁGIL	(En)
AMENAZAS	Su falta de posicionamiento frente al mercado de usuarios finales / viajeros.	(Cd)
AMENAZAS	La falta de implicación de las empresas adheridas en el destino	(Cd)
AMENAZAS	La falta de recursos del ente gestor para atender necesidades del Club en el destino	(Cd)
AMENAZAS	Los entes gestores no tienen alguien a cargo, en la ruta del Vino cada destino tiene un gerente	(RB)
AMENAZAS	Hasta el momento no me ha aportado nada, posiblemente por la falta de información que no me llega directamente.	(Ce)
AMENAZAS	Porque principalmente se pagan unas cuotas que ni siquiera son amortizadas en publicidad.	(Ce)
AMENAZAS	Encuentro que el esfuerzo que se hace no redunda en número de reservas, al menos en mi alojamiento	(Ce)

[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España priorización del daño

1. Alta Prioridad	Es identificada por entre 5 y 7 fuentes	Impacta en los socios, en el posicionamiento del Club, en los usuarios finales.
2. Mediana Prioridad	Es identificada por entre 3 y 4 fuentes	Impacta en los socios, posicionamiento.
3. Baja Prioridad	Es identificada por entre 2 o menos fuentes	Impacta en los socios

[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España priorización de fortalezas

DAFO	ITEM	PRIORIZACIÓN
FORTALEZAS	El Observatorio Turístico	1
FORTALEZAS	Es el referente a nivel nacional del Ecoturismo	1
FORTALEZAS	Congreso nacional de ecoturismo	1
FORTALEZAS	Alianzas estratégicas	2
FORTALEZAS	Diversidad de Membresías para la financiación	2
FORTALEZAS	Interés e implicación de los destinos sobre los que se asientan. Es una herramienta de dinamización turística para las entidades públicas.	2
FORTALEZAS	Economía de escala para la comunicación y la comercialización	2
FORTALEZAS	Segmentación, diferenciación y especialización	2
FORTALEZAS	RED de destinos y empresas.	2
FORTALEZAS	Es una plataforma de formación y divulgación de conocimiento	2
FORTALEZAS	La comunicación del destino y de sus empresas	2
FORTALEZAS	Apoyo institucional	2
FORTALEZAS	Promoción de turespaña	2
FORTALEZAS	Convenio con basquetur	2
FORTALEZAS	Reconocimiento	2
FORTALEZAS	El Ecoturismo en España como algo diferencial al resto del mundo para los mercados de demanda	2
FORTALEZAS	Reconocimiento y prestigio por ser parte del Club Ecoturismo.	3
FORTALEZAS	La capacidad para involucrar al ente gestor del destino	3
FORTALEZAS	Su posicionamiento y relevancia institucional	3
FORTALEZAS	La puesta en valor de la relación entre el Club y el ente gestor	3
FORTALEZAS	Asociatividad	3
FORTALEZAS	Trabajo en equipo. Compartir conocimiento. Visibilidad de sus filosofías de producto .	3

[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España priorización de oportunidades

DAFO	ITEM	PRIORIZACIÓN
OPORTUNIDADES	Dinamizar y potenciar el Observatorio Turístico	1
OPORTUNIDADES	Posicionar el producto Ecoturismo en España y posicionar la marca	1
OPORTUNIDADES	Formar al mercado de usuarios ecoturistas.	1
OPORTUNIDADES	Llegar al usuario final, captar socios ecoturistas. Crear Embajadores del Club con diferentes categorías (5): embajadores, mensajeros, ecoturistas, guardianes, empresarios	1
OPORTUNIDADES	Crecimiento	2
OPORTUNIDADES	Ser tendencia	2
OPORTUNIDADES	Comunicación y la comercialización bajo una misma marca para las empresas	2
OPORTUNIDADES	Potencialidad de posicionamiento a nivel nacional.	2
OPORTUNIDADES	Impactar al cliente final	2
OPORTUNIDADES	Impactar a los gestores y empresas prestadoras de servicios de ecoturismo	2
OPORTUNIDADES	Alianzas entre el sector público y empresas preocupadas por el medio ambiente y la responsabilidad social corporativa.	2
OPORTUNIDADES	Trabajar con los gestores y empresarios.	2
OPORTUNIDADES	Captar ayuntamientos y gestores que paguen cuotas.	2
OPORTUNIDADES	Las empresas comunicar los beneficios del ecoturismo.	2
OPORTUNIDADES	Papel aglutinador de diversas iniciativas vinculadas con el ecoturismo en los espacios protegidos para dar respuesta a la necesidad de promoción y comercialización de las empresas.	2
OPORTUNIDADES	Congreso	2
OPORTUNIDADES	Fondos Europeos	2
OPORTUNIDADES	Posicionar el Club de Ecoturismo con dos grandes áreas: Club de Usuarios / Club de Experiencias	2
OPORTUNIDADES	Destacar la Secuencia Virtuosa del Ecoturismo: inspirar, contratar, experimentar. Comprender lo que se está visitando a través de la experiencia guiada.	2
OPORTUNIDADES	Definir criterios para el diseño de experiencias	2
OPORTUNIDADES	Fomentar el asociacionismo local	3
OPORTUNIDADES	Relacion con OET	3
OPORTUNIDADES	Implicación y confianza de los socios actualmente	3
OPORTUNIDADES	Relaciones con todas las ccaa / destinos y sus representaciones institucionales	3
OPORTUNIDADES	Newsletter de profesionales.	3
OPORTUNIDADES	Newsletter de ecoturistas.	3
OPORTUNIDADES	Crear un sistema de certificación propio para el Club	3

[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España priorización de debilidades

DAFO	ITEM	PRIORIZACIÓN
DEBILIDADES	Comunicación / promoción / comercialización	1
DEBILIDADES	Producto (falta de homogeneidad, criterios dispares de calidad de las empresas, poco profesionales en el servicios que prestan, falta de innovación en las propuestas etc..)	2
DEBILIDADES	Deficiente promoción y comercialización del producto por parte de los destinos del club	2
DEBILIDADES	Comercialización por parte del Club	2
DEBILIDADES	Promoción del ecoturismo	2
DEBILIDADES	La comercialización de las experiencias de las empresas del destino	2
DEBILIDADES	Aunque los clientes son todos amantes de la naturaleza no me constata que lleguen por el club	2
DEBILIDADES	Cogobernaza, en cuanto a la escasa coordinación de los actores implicados	3
DEBILIDADES	Falta de integración de las CCAA y las EELL en la promoción del producto Ecoturismo en España y en los órganos decisorios y de seguimiento del Club Ecoturismo.	3
DEBILIDADES	Financiación	3
DEBILIDADES	Deficiente Métrica del retorno que implica la membresía	3
DEBILIDADES	Estructura del Club débil en cuanto a gestión y recursos	3
DEBILIDADES	Formación a las empresas	3
DEBILIDADES	Escasa implicación de las empresas, ya que son unidades empresariales muy débiles con escasos recursos físicos y materiales	3
DEBILIDADES	No se logra generar capacitaciones porque estas son por medio de voluntarios, no tiene fuerza esta acción.	3
DEBILIDADES	Escasez recurso humano para la administración del club	3
DEBILIDADES	Confusión entre la asociación y el club	3
DEBILIDADES	Gestión de la información entre socios, club....	3
DEBILIDADES	Papel de los ente gestores locales del club	3
DEBILIDADES	Papel de las empresas	3
DEBILIDADES	Concepto/percepción del ecoturismo	3
DEBILIDADES	No esta definida ni la misión y la visión	3

[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España priorización de amenazas

DAFO	ITEM	PRIORIZACIÓN
AMENAZAS	Su falta de posicionamiento frente al mercado de usuarios finales / viajeros.	1
AMENAZAS	Porque principalmente se pagan unas cuotas que ni siquiera son amortizadas en publicidad.	1
AMENAZAS	Encuentro que el esfuerzo que se hace no redunda en número de reservas, al menos en mi alojamiento	1
AMENAZAS	Crecimiento rápido para una estructura frágil.	2
AMENAZAS	La falta de implicación de las empresas adheridas en el destino.	2
AMENAZAS	Hasta el momento no me ha aportado nada, posiblemente por la falta de información que no me llega directamente.	2
AMENAZAS	Dependencia financiera del ecoturismo de las comunidades / entidades públicas /etc	3
AMENAZAS	Déficit en cuanto a la capacidad de gestión de los entes locales de los destinos.	3
AMENAZAS	No se dispone de una correcta batería de indicadores que permita realizar una valoración completa del impacto del Club Ecoturismo en el medio socioeconómico, y del rendimiento del mismo.	3
AMENAZAS	La falta de recursos del ente gestor para atender necesidades del Club en el destino	3
AMENAZAS	Los entes gestores no tienen alguien a cargo, en la ruta del Vino cada destino tiene un gerente	3

[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España referencias claves y/o relevantes extraídos del dafo _ fortalezas & oportunidades

- ✓ Es una red de destinos y empresas
- ✓ Se comparte conocimiento
- ✓ Visibilidad de sus filosofías de producto
- ✓ Promoción del ecoturismo
- ✓ Posicionar ecoturismo y posicionar la marca
- ✓ Formar al mercado de usuarios ecoturistas
- ✓ Es el referente a nivel nacional del ecoturismo / potenciar su posicionamiento
- ✓ Observatorio Turístico
- ✓ El Ecoturismo en España como algo diferencial al resto del mundo para los mercados de demanda.
- ✓ Potenciar el Club con una doble estrategia: usuarios / experiencias

[E1] Revisión y análisis de la situación actual del Club Ecoturismo en España
referencias claves y/o relevantes extraídos del dafo _ amenazas & debilidades

- ✓ Escaso posicionamiento en el mercado de usuarios
- ✓ Falta de trazabilidad entre inversión y retorno para empresarios
- ✓ Dependencia financiera de recursos públicos
- ✓ Crecimiento del Club versus la capacidad actual de gestión
- ✓ Comunicación y la comercialización de las experiencias y sus empresas
- ✓ Desigual implicación de destinos y entes gestores
- ✓ Bajo nivel formativo y participativo de las empresas
- ✓ Falta de homogeneidad en la calidad de los productos
- ✓ Escasa innovación en las propuestas de las empresas

[E2] Diseño de la Hoja de Ruta

- Objetivo
- Cómo se construye
- Concepto claves para trabajar los objetivos específicos
- Objetivo específico 1 & acciones
- Objetivo específico 2 & acciones

[E2] Diseño de la Hoja de Ruta

objetivo



Cómo se construye

- ✓ con una **MISIÓN** consensuada
- ✓ con una **VISIÓN** actualizada
- ✓ con un **OBJETIVO GENERAL** que enmarque su estrategia

- ✓ con unos **OBJETIVOS ESPECÍFICOS** que articulen su implementación.
- ✓ con **INICIATIVAS ESTRATEGICAS** que contextualicen los objetivos.
- ✓ con **ACCIONES** que aterricen la operativa de la HdR

[E2] Diseño de la Hoja de Ruta

Conceptos claves para trabajar los ejes estratégicos_sesión de trabajo interna

- ✓ IMPLICACIÓN
- ✓ APOYO
- ✓ VISIBILIDAD
- ✓ DINAMIZACIÓN
- ✓ CONSERVACIÓN
- ✓ REQUISITOS
- ✓ IMPACTO POSITIVO
- ✓ SINGULARIDAD DE LOS ESPACIOS PROTEGIDOS
- ✓ PONER EN VALOR
- ✓ DISFRUTE
- ✓ REGENERACIÓN
- ✓ APOYO EMPRESARIOS MAS COMPROMETIDOS
- ✓ INNOVACIÓN
- ✓ CONOCIMIENTO
- ✓ VALOR
- ✓ MECANISMOS
- ✓ ARTICULACIÓN
- ✓ DEMANDA
- ✓ COMPROMISO
- ✓ RESPONSABILIDAD
- ✓ LIDERAZGO
- ✓ COORDINACIÓN
- ✓ DIVULGAR Y DIFUNDIR
- ✓ COMPRENDER LA NATURALEZA
- ✓ RENTABILIDAD EMPRESARIAL
- ✓ SENSIBILIZACIÓN ADMINISTRACIÓN, EMPRESAS Y VIAJEROS.
- ✓ CAPTARLES PARA LA CAUSA
- ✓ RED DE DESTINOS DE ECOTURISMO
- ✓ REFERENTES PARA CONSUMIDORES RESPONSABLES.
- ✓ APRECIAR ESPACIOS PROTEGIDOS
- ✓ PROMOVER Y FOMENTAR VENTA
- ✓ SENSIBILIZACIÓN CONCIENCIA
- ✓ ECOTURISMO EN ESPAÑA

[E2] Diseño de la Hoja de Ruta

Conceptos claves vinculados a los objetivos estratégicos

EE1

- ✓ MECANISMOS
- ✓ ARTICULACIÓN
- ✓ COMPROMISO
- ✓ RESPONSABILIDAD
- ✓ LIDERAZGO
- ✓ COORDINACIÓN
- ✓ REQUISITOS
- ✓ IMPLICACIÓN
- ✓ APOYO
- ✓ DINAMIZACIÓN
- ✓ DIFUSIÓN
- ✓ RED

EE2

- ✓ INNOVACIÓN
- ✓ CONOCIMIENTO
- ✓ DINAMIZACIÓN
- ✓ IMPACTO POSITIVO
- ✓ VALOR
- ✓ DIGITALIZACIÓN
- ✓ TRANSFORMACIÓN

EE3

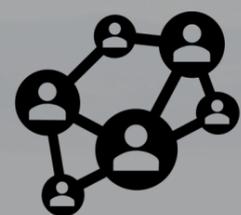
- ✓ DIVULGACIÓN
- ✓ COMPRENSIÓN
- ✓ CAPTACIÓN
- ✓ SENSIBILIZACIÓN
- ✓ CONCIENCIACIÓN
- ✓ DIFUSIÓN
- ✓ REFERENCIA

EE4

- ✓ RENTABILIDAD
- ✓ DEMANDA
- ✓ LIDERAZGO
- ✓ COMPROMISO
- ✓ RESPONSABILIDAD
- ✓ COORDINACIÓN
- ✓ REQUISITOS
- ✓ IMPLICACIÓN
- ✓ INNOVACIÓN
- ✓ DIFUSIÓN
- ✓ RED

OE1

Consolidar la
GOBERNANZA
del Club
Ecoturismo en
España.



OE2

Dinamizar
mediante la
INNOVACIÓN y la
digitalización.



OBJETIVOS
ESPECÍFICOS



OE3

Inspirar, influir y
liderar a través del
CONOCIMIENTO y
la formación.



OE4

Visibilizar y
posicionar el Club
mediante la
COMUNICACIÓN
y
comercialización.

[E2] Diseño de la Hoja de Ruta

jerarquía objetivos_iniciativas_acciones



[E2] Diseño de la Hoja de Ruta

justificación de las acciones



[E2] Diseño de la Hoja de Ruta

Parámetros que integran los programas de gestión de las acciones.

- número de la acción
- nombre de la acción
- objetivo general
- objetivo específico
- responsable de la acción
- brecha asociada
- resultados esperados
- fecha de puesta en marcha
- fecha de término
- indicadores asociados (desempeño y éxito)
- actores claves
- acciones relacionadas
- presupuesto
- vía de financiación
- priorización
- esfuerzo
- impacto
- clasificación de las acciones (ganancia / desafío)
- relación impacto-esfuerzo

OEI CONSOLIDAR

la GOBERNANZA del Club Ecoturismo en España

IE1.1

MODELO DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN DEL CLUB

Desarrollo de un modelo de gestión y dirección del Club Ecoturismo que identifique y desarrolle las acciones operativas internas y externas.

IE1.2

FÓRMULAS DE FINANCIACIÓN PÚBLICO-PRIVADO PARA EL CLUB

Identificación e implementación de un modelo de financiación público-privado que garantice la viabilidad del Club.

IE1.3

MODELO DE COORDINACIÓN TERRITORIAL SOSTENIBLE

Desarrollo e implementación de un modelo de coordinación territorial sostenible que potencie los beneficios, aglutine y equipare los destinos y posicione los Entes Gestores como dinamizadores en el territorio.

OE1 CONSOLIDAR

la GOBERNANZA del Club Ecoturismo en España

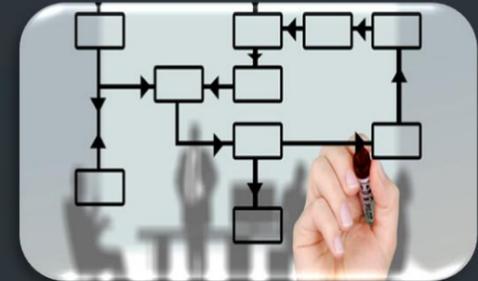
IE1.1

MODELO DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN DEL CLUB

Desarrollo de un modelo de gestión y dirección del Club Ecoturismo que identifique y desarrolle las acciones operativas internas y externas.

ACCIÓN 1.1.1 MODELO DE GESTIÓN DEL CLUB ECOTURISMO EN ESPAÑA

Diseñar el modelo de gestión del Club, que involucra todos los elementos claves: Operación del Club, proceso de incorporación y membresía, financiación, comunicación y marketing, asesorías, procesos de formación y difusión, etc.



ACCIÓN 1.1.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Definir una estructura que permita especializar y distinguir roles de dirección, técnicos y soporte a los diferentes actores internos y relacionados con el ecosistema del ecoturismo en España.



ACCIÓN 1.1.3 HERRAMIENTAS DE CONTROL PARA EL SEGUIMIENTO, MEDICIÓN DE RESULTADOS Y MEJORA.

Definir los indicadores de seguimiento y medición para evaluar la eficacia de las acciones definidas e implementadas, realizar análisis y tomar acciones para la mejora continua periódicamente.



IE1.2

FÓRMULAS DE FINANCIACIÓN PÚBLICO-PRIVADO PARA EL CLUB

Identificación e implementación de un modelo de financiación interno y externo que garantice la viabilidad del Club.

ACCIÓN 1.2.1 MODELO DE FINANCIACIÓN INTERNO

Diseño de un modelo de financiamiento interno que identifique los recursos / acciones del Club que generen ingresos y que sean soporte de la estructura y potenciales acciones. Membresías de socios, servicios de asesoría, formación, promoción y publicidad, co-branding, etc.

ACCIÓN 1.2.2 MODELO DE FINANCIACIÓN EXTERNO

Diseño de un modelo de financiamiento externo que identifique fuentes público y privadas con las que establecer acuerdos marco y/o alianzas que generen ingresos al Club. Convenios como el establecido con la Subsecretaría de Turismo, acuerdos con ayuntamientos, diputaciones u otras instituciones por acciones de promoción y difusión de sus destinos; mecenazgo por parte de instituciones privadas y/o particulares que apoyen financieramente la viabilidad de proyectos liderados por el Club, etc.

IE1.3

MODELO DE COORDINACIÓN TERRITORIAL SOSTENIBLE

Desarrollo e implementación de un modelo de coordinación territorial sostenible que potencie los beneficios, aglutine y equipare los destinos y posicione los Entes Gestores como dinamizadores en el territorio.

ACCIÓN 1.3.1 MODELO DE COORDINACIÓN TERRITORIAL

Diseño e implementación de un modelo de coordinación territorial que agilice la interacción entre los diferentes territorios y actores del sistema ecoturístico de España.

ACCIÓN 1.3.2 SISTEMA DE CERTIFICACIÓN

Fortalecer los criterios específicos del ecoturismo a través del sistema de certificación, de manera de asegurar gradualmente la homogeneidad de los socios y fortalecer los criterios de sostenibilidad.

ACCIÓN 1.3.3 MODELO ARTICULADOR DE LOS DIFERENTES DESTINOS

Diseñar una herramienta dinamizadora entre los destinos ecoturísticos que permita articular y homogeneizar la experiencia ecoturística en España : Ruta entre destinos, corredores ecoturísticos, Pasaporte Ecoturista. Implementar experiencias transversales en los territorios que aseguren mínimos de calidad y sostenibilidad en la experiencia de viaje para vincular los territorios.

OE2 DINAMIZAR mediante la INNOVACIÓN y la DIGITALIZACIÓN

OE2 DINAMIZAR

mediante la INNOVACIÓN y la DIGITALIZACIÓN

IE2.1

ANTENA DE VIGILANCIA TECNOLÓGICA

Dinamización del Observatorio Turístico como un centro de análisis, estudio y divulgación, dedicado a la revisión y potenciación del ecoturismo en base a experiencias innovadoras.

IE2.2

IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS E INDICADORES DE DESEMPEÑO PARA IMPULSAR LA INNOVACIÓN ECOTURÍSTICA DE DESTINOS Y EMPRESAS

Potenciar el desarrollo de contenido relevante para el Club desde destinos y empresas mediante la innovación y la digitalización.

IE2.3

GRUPO DE COLABORADORES OFICIALES DEL CLUB ECOTURISMO

La acción colaborativa de diferentes perfiles dentro del Club permite potenciar, dinamizar, fortalecer y dar mayor visibilidad al Ecoturismo

IE2.1

ANTENA DE VIGILANCIA TECNOLÓGICA

Dinamización del Observatorio Ecoturístico como un centro de análisis, estudio y divulgación, dedicado a la revisión y potenciación del ecoturismo en base a experiencias innovadoras.

ACCIÓN 2.1.1 DISEÑO DE MODELO OPERATIVO

Diseño de un modelo, establecido en un Manual de Procedimiento e Instrucciones, que defina la operativa y el alcance del Observatorio Ecoturístico como un ente autónomo de análisis, estudio y divulgación del ecoturismo, dentro del Club. Una herramienta que pueda retroalimentar otras áreas de desarrollo del Club, que se relacione con otras instituciones y que se posicione en el mercado nacional e internacional como referente.

ACCIÓN 2.1.2 PLATAFORMA TECNOLÓGICA DEL OBSERVATORIO ECOTURÍSTICO

Diseño y desarrollo de una plataforma tecnológica desde donde se pueda instrumentalizar la actividad de análisis, estudio y divulgación del ecoturismo. Una herramienta de trabajo que permita aplicar tecnología propia, donde confluya innovación y digitalización, y que converse con otras aplicaciones y tecnologías.

ACCIÓN 2.1.3 PLAN DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO DEL OBSERVATORIO

Diseño y desarrollo de un plan de posicionamiento, comunicación y difusión de los contenidos generados desde el Observatorio Turístico, adecuándolos y distribuyéndolos al objeto de generar la mayor visibilidad posible al Observatorio, e incidir en su posicionamiento nacional e internacional, como ente de referencia.

IE2.2

IMPLEMENTACIÓN DE HERRAMIENTAS E INDICADORES DE DESEMPEÑO PARA IMPULSAR LA INNOVACIÓN ECOTURÍSTICA DE DESTINOS Y EMPRESAS

Potenciar el desarrollo de contenido relevante para el Club desde destinos y empresas mediante la innovación y la digitalización.

ACCIÓN 2.2.1 DISEÑO Y DESARROLLO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE DESEMPEÑO EN DESTINOS Y EMPRESAS.

El objetivo es el desarrollo de aplicaciones tecnológicas que se puedan implementar en los destinos y las empresas, y que puedan retroalimentar los espacios de investigación y conocimiento (observatorio turístico, asesoría, certificación, centro de formación, congreso). Herramientas de analítica y métrica, desde donde poder obtener un conocimiento en profundidad de la realidad del sector, comportamientos de la oferta y la demanda, etc.

ACCIÓN 2.2.2 MODELO DE DISEÑO DE EXPERIENCIAS PARA EMPRESAS

Diseño de una metodología e implementación de una aplicación tecnología que permita a las empresas miembro del Club el diseño de experiencias personalizadas en base a la innovación con criterios definidos de sostenibilidad y basados en el círculo virtuoso del ecoturismo. Esta herramienta estará a disposición de las empresas y destinos miembros del Club.

ACCIÓN 2.2.3 CRM

Implementación de un CRM que permita el uso cualitativo y cuantitativo de todos registros obtenidos por el Club.

OE2 DINAMIZAR

mediante la INNOVACIÓN y la **DIGITALIZACIÓN**

IE2.3

GRUPO DE COLABORADORES OFICIALES DEL CLUB ECOTURISMO

La acción colaborativa de diferentes perfiles dentro del Club permite potenciar, dinamizar, fortalecer y dar mayor visibilidad al Ecoturismo

ACCIÓN 2.3.1 DISEÑO Y DESARROLLO DE CATEGORIAS DE COLABORADORES DEL CLUB

Diseño, implementación y coordinación del Grupo de Colaboradores Oficiales del Club Ecoturismo mediante la identificación de diferentes perfiles/categorías/niveles que aporten dinamización, posicionamiento, conocimiento, financiación y reconocimiento. Por ejemplo: embajadores, mecenas, anfitriones, auspiciadores, dinamizadores, padrinos, etc.

9º SEMINARIO
CLUB ECOTURISMO
EN ESPAÑA

14_JUNIO_2021

R U S T I C A E
Descubriendo Historias Únicas