

# **INFORME DE CONCLUSIONES**

---

**Jornadas Técnicas de Turismo 2008  
Promoción y Comercialización  
Turística**



**Asociación de Empresarios de la  
Comarca de Calatayud**

## 1. INTRODUCCIÓN

---

El presente documento contiene el Informe de Conclusiones de las Jornadas Técnicas de Promoción y Comercialización Turística que organizó la Asociación de Empresarios de la Comarca de Calatayud en colaboración con el Plan de Dinamización de Producto turístico de la Comarca de Calatayud los días 6 y 7 de noviembre en la sala de exposiciones y convenciones Aula Cultural de San Benito en Calatayud.

El evento reunió a agentes del sector turístico (empresarios, técnicos de turismo, personal docente, estudiantes...) con **el objetivo de analizar una de las necesidades más importantes del sector turístico, la promoción y la comercialización.** Con un completo programa, durante dos días se expusieron distintas iniciativas innovadoras en el ámbito de la promoción y la comercialización, así como las herramientas y opciones para las empresas del sector.

---

## 2. INFORMACIÓN DE NUESTRA ENTIDAD

---

La Asociación de Empresarios de la Comarca de Calatayud es una entidad de ámbito territorial y alcance comarcal que agrupa a empresas de todos los sectores de actividad económica de la Comarca Comunidad de Calatayud.

Los fines de la Asociación son: “La representación, gestión, promoción y defensa de los intereses socioeconómicos comunes a sus miembros, siendo ajeno a dicho fin toda finalidad de carácter tanto lucrativo como político”.

En la asociación están integradas empresas de los siguientes sectores:

- Construcción
- Agroalimentación y transformación agroalimentaria
- Vitivinícola
- Industria
- Turismo

Los Servicios prestados desde la Asociación son:

- Consulta y asesoría empresarial permanente ( jurídica, laboral, contable, informática)
- Información de las principales ayudas y subvenciones vigentes
- Desarrollo de actividades formativas: cursos, charlas, seminarios ...
- Selección personal
- Promoción y comunicación
- Representación institucional
- Información General

La Asociación de Empresarios de la Comarca de Calatayud está a su vez representada en organizaciones empresariales de ámbito territorial superior, como la Confederación de Empresarios de Zaragoza (CEZ) y CEPYME.

La Asociación de Empresarios de la Comarca de Calatayud mantiene un contacto permanente con otras asociaciones empresariales de la localidad, de la Comarca y de la provincia así como con empresas del entorno de Calatayud (tanto con aquellas integradas en la asociación como con las que no lo están).

---

### 3. OBJETIVOS DE LAS JORNADAS

---

Las Jornadas de Promoción y Comercialización turística se organizaron con **el objetivo de unir a todos los agentes del sector turístico**, para identificar los retos de la innovación en la promoción y comercialización turística, fomentar la cooperación entre los agentes del sector, reflexionar, desde distintas perspectivas, sobre las herramientas y estrategias y además crear un marco de debate sobre la evolución y tendencias en el sector.

Estas líneas de análisis orientaron la temática de cada una de las sesiones de las Jornadas con los objetivos específicos de:

- Ofrecer un espacio de intercambio y de colaboración entre todos aquellos agentes profesionales implicados en actividades turísticas
  - Dar a conocer casos y prácticas de éxito llevados a cabo
  - Obtener, a través de la posible discusión así como de las conclusiones obtenidas herramientas alternativas sobre las que empezar a trabajar.
  - Promover un acercamiento entre los distintos agentes del sector que favorezca el desarrollo de alianzas conjuntas.
-

## 4. PROGRAMA DE LAS JORNADAS

---

### Jueves 6 noviembre

- 16:00 hrs** Recepción y acreditación de Asistentes
- Apertura de las Jornadas. Bienvenida
- 16:15 - 16:30 hrs.** **Gerente del Plan de Dinamización Turística**  
**Consejero de Turismo de la Comarca Comunidad de Calatayud y**  
**Presidenta de la Comarca Comunidad de Calatayud ,**  
**Asociación de Empresarios de la Comarca de Calatayud**
- 16:30 - 17:30 hrs.** ***Producto Turístico Nuevas formas de Vender para nuevas formas de comprar.***  
D. Alberto Galloso **Director General del Grupo Skala**
- 17:30 - 18:30 hrs.** ***Técnicas y Productos de la Nueva Cocina.***  
D. Alberto Lozano. **Hotel Río Piedra.**

### Viernes 7 noviembre

- 10:00 - 11:45 hrs.** ***Herramientas de promoción internacional: misiones comerciales, ferias, viajes de familiarización, workshops***  
D. Ignacio Martínez **Director de desarrollo Exterior Aragón Exterior**
- 11:45 - 12:00 hrs.** ***Taller de interpretación telefónica Gratuita. Comunicación sin barreras idiomáticas.***  
D<sup>a</sup>. Roser Mestre. **Directora Grupo Asitel.**
- 16:00 - 17:00 hrs.** ***Promoción y comercialización del turismo rural y de interior en tiempos de crisis, confusión y bolsillos vacíos.***  
D. Francisco Orduna. **Diputación de Huesca**
- 17:00- 18:00 hrs.** ***La creación de nuevos productos turísticos; el enoturismo y su combinación con otros recursos***  
D<sup>a</sup> Raquel Latre. **Agencia de viajes Enodestino**
- 18:00 - 19: 00 hrs.** **Las nuevas tecnologías aplicadas a la promoción turística. Presentación del portal turístico de la Asociación.**  
D. Daniel Piñol. **Ariadna3.com** y D. Alfredo Piqueras **Espacio Creativo.**  
Asesores Tic.
- 19: 00 - 19:15 hrs.** Clausura de las Jornadas.  
Presentación de las principales conclusiones  
**Asociación de Empresarios de la Comarca Comunidad de Calatayud**
-

## 5. RESUMEN DE LAS PONENCIAS

---

<b>TÍTULO</b>	<b>Producto Turístico Nuevas formas de Vender para nuevas formas de comprar.</b>
<b>PONENTE</b>	D. Alberto Galloso <a href="http://www.albertogaloso.com">www.albertogaloso.com</a>
<b>EMPRESA ORGANIZACIÓN</b>	Director General del Grupo Skala <a href="http://www.grupo-skala.com">www.grupo-skala.com</a> Ingeniero técnico agrónomo, Master en gestión del medio ambiente por el grupo general de aguas de Francia. 10 años de experiencia como consultor en turismo. Director General de la empresa Grupo Skala, empresa especializada en Marketing, comunicación y consultoría turística.  Empresa de comunicación integral, marketing, publicidad y consultoría especializada en el sector turístico y de ocio.
<b>RESUMEN</b>	Su ponencia sirvió ante todo de reflexión acerca de la necesidad de definir y crear productos turísticos mucho antes de plantearse cualquier acción de promoción y comercialización, ya que como él mismo indicaba si no tienes producto y te comunicas, quién te va a consumir.  Inciendiendo de una manera gráfica, con imágenes que despertaban la curiosidad, en el proceso a seguir en la creación de productos turísticos (no de paquetes turísticos, son conceptos diferentes) y resaltando la importancia de plantearse preguntas básicas tales como ¿Qué vendo y qué me diferencia del resto? ¿Quién es mi cliente? O ¿De dónde procede?, su ponencia fue una demostración de los aspectos primordiales que todos los agentes implicados en el sector deberíamos seguir.
<b>CONCLUSIÓN:</b>	Debemos invertir en crear productos turísticos diferenciados, novedosos, capaces de generar una motivación turística y de despertar emociones y posteriormente plantearnos una comunicación dirigida y planificada acorde con nuestro mercado objetivo.
<b>MATERIAL ADICIONAL:</b>	- Presentación ponencia power point.

---

## 5. RESUMEN DE LAS PONENCIAS

---

<b>TÍTULO</b>	<b>Técnicas y Productos de la Nueva Cocina</b>
<b>PONENTE</b>	<p>D. Alberto Lozano.</p> <p>Vinculado a la hostelería desde niño ya que su familia regenta desde hace años el Hotel Restaurante Río Piedra de Nuévalos (Zaragoza) y formado en la Escuela de Hostelería de Aragón (Teruel), obteniendo el Título de Técnico Superior en Hostelería y Turismo, con la especialidad en cocina, completó sus estudios con la experiencia profesional adquirida a través de diversos “estages” en restaurantes como Gayarre en Zaragoza, Gaminiz Plencia en Vitoria, Oliver y Harry en Barcelona, Las Rejas en Las Pedroñeras (Cuenca) o Lillas Pastia en Huesca. Como profesional, Alberto Lozano ha sido profesor de cocina y pastelería en la Escuela de Hostelería del Ejército de Tierra y en la actualidad está al frente de la cocina del restaurante familiar Río Piedra en Nuévalos.</p>
<b>EMPRESA ORGANIZACIÓN</b>	<p>Hotel Restaurante Río Piedra <a href="http://www.hotelriopiedra.com">www.hotelriopiedra.com</a></p> <p>Empresa de alojamiento y restauración situada en Nuévalos (Zaragoza).</p>
<b>RESUMEN</b>	<p>Alberto Lozano realizó un taller gastronómico, donde desarrolló una sesión intensa en la que abordó la creación de un plato <i>Crema De Calabaza Amarilla Con Torrezno De Carabinero Y Bacalao</i>. Utilizó la preparación de una crema de calabaza con torreznos, bacalao y gambón como vehículo para mostrar la investigación y el trabajo que siempre está detrás de cada uno de los platos que vemos en la carta de su restaurante.</p>
<b>CONCLUSIÓN:</b>	<p>La diferenciación en el sector puede conseguirse a través de la gastronomía, desarrollando una cocina repleta de genio e ingenio, de base tradicional pero actualizada y adaptada a las nuevas técnicas.</p>
<b>MATERIAL ADICIONAL:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Video elaboración.</li><li>- Receta de cocina.</li></ul>

---

## 5. RESUMEN DE LAS PONENCIAS

---

<b>TÍTULO</b>	<b>Herramientas de promoción internacional: misiones comerciales, ferias, viajes de familiarización, workshops.</b>
<b>PONENTE</b>	D. Ignacio Martínez Director de desarrollo Exterior Aragón Exterior
<b>EMPRESA ORGANIZACIÓN</b>	Aragón Exterior <a href="http://www.aragonexterior.es">www.aragonexterior.es</a>
<b>RESUMEN</b>	<p>Empresa pública adscrita al Departamento de Economía, Hacienda y Empleo, es el instrumento del Gobierno de Aragón para impulsar la apertura exterior de la economía aragonesa.</p> <p>Su jornada estuvo dirigida a la oferta de servicios que presta a todas las empresas e instituciones aragonesas Arex para apoyar su desarrollo internacional, haciendo especial hincapié en la necesidad de internacionalizar el sector turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Participación en ferias internacionales</li><li>- Contratación de personal</li><li>- Servicios de traducción.</li><li>- Proyectos individuales: Misiones comerciales, viajes de familiarización, workshops.</li></ul>
<b>CONCLUSIÓN</b>	<p>Existen herramientas y ayudas para facilitar los proyectos turísticos internacionales orientados a la captación de clientes en otros mercados. Previa a cualquier actuación es necesario realizar un análisis riguroso y exhaustivo de a qué mercados queremos dirigirnos, a qué ferias debemos asistir o qué otras opciones existen para intentar atraer a clientes de otros mercados.</p>
<b>MATERIAL ADICIONAL:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Presentación general de Arex ( folleto impreso)</li><li>- Presentación de la jornada Arex dirigida al sector turístico. (power point).</li><li>- Video ponencia</li></ul>

---

## 5. RESUMEN DE LAS PONENCIAS

---

<b>TÍTULO</b>	<b>Herramientas de promoción internacional: misiones comerciales, ferias, viajes de familiarización, workshops.</b>
<b>PONENTE</b>	D. Ignacio Martínez Director de desarrollo Exterior Aragón Exterior
<b>EMPRESA ORGANIZACIÓN</b>	Aragón Exterior <a href="http://www.aragonexterior.es">www.aragonexterior.es</a>
<b>RESUMEN</b>	<p>Empresa pública adscrita al Departamento de Economía, Hacienda y Empleo, es el instrumento del Gobierno de Aragón para impulsar la apertura exterior de la economía aragonesa.</p> <p>Su jornada estuvo dirigida a la oferta de servicios que presta a todas las empresas e instituciones aragonesas Arex para apoyar su desarrollo internacional, haciendo especial hincapié en la necesidad de internacionalizar el sector turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Participación en ferias internacionales</li><li>- Contratación de personal</li><li>- Servicios de traducción.</li><li>- Proyectos individuales: Misiones comerciales, viajes de familiarización, workshops.</li></ul>
<b>CONCLUSIÓN</b>	<p>Existen herramientas y ayudas para facilitar los proyectos turísticos internacionales orientados a la captación de clientes en otros mercados. Previa a cualquier actuación es necesario realizar un análisis riguroso y exhaustivo de a qué mercados queremos dirigirnos, a qué ferias debemos asistir o qué otras opciones existen para intentar atraer a clientes de otros mercados.</p>
<b>MATERIAL ADICIONAL:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Presentación general de Arex ( folleto impreso)</li><li>- Presentación de la jornada Arex dirigida al sector turístico. (power point).</li><li>- Video ponencia</li></ul>

---

## 5. RESUMEN DE LAS PONENCIAS

---

<b>TÍTULO</b>	<b>Taller de interpretación telefónica Gratuita. Comunicación sin barreras idiomáticas.</b>
<b>PONENTE</b>	D <sup>a</sup> . Roser Mestre. Directora del Grupo Asitel
<b>EMPRESA ORGANIZACIÓN</b>	Asitel <a href="http://www.asitel.es">www.asitel.es</a>
<b>RESUMEN</b>	Asitel empresa española de interpretación telefónica realizó un taller en directo para dar a conocer uno de sus servicios la interpretación telefónica gratuita para las empresas aragonesas. Sin necesidad de cita previa ni de desplazarse, simplemente, llamando al teléfono de asitel cuando una empresa o un cliente necesitan un intérprete existe la posibilidad de hablar con un interlocutor en más de 30 idiomas.
<b>CONCLUSIÓN</b>	El servicio puede permitir eliminar las barreras idiomáticas, facilitando la gestión del negocio, resolviendo muchas necesidades comunicativas de la empresa turística en diferentes situaciones.
<b>MATERIAL ADICIONAL:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Presentación de los servicios de Asitel (folleto impreso).</li><li>- Video taller.</li></ul>

---

## 5. RESUMEN DE LAS PONENCIAS

---

<b>TÍTULO</b>	<b>Promoción y comercialización del turismo rural y de interior en tiempos de crisis, confusión y bolsillos vacíos.</b>
<b>PONENTE</b>	D. Francisco Orduna. Jefe de la Sección de Desarrollo y Comarcalización. de la Diputación Provincial de Huesca
<b>EMPRESA ORGANIZACIÓN</b>	Diputación de Huesca
<b>RESUMEN</b>	<p>La ponencia de Francisco Orduna fue un análisis exhaustivo del turismo rural en Aragón, con especial atención a la provincia de Huesca y cómo ha evolucionado la oferta de los establecimientos.</p> <p>Durante la ponencia Francisco insistió en la necesidad de analizar la demanda de una forma pormenorizada, para planificar cualquier acto de promoción e incrementar los presupuestos de promoción, ante la crisis y no a la inversa como suele suceder.</p>
<b>CONCLUSIÓN</b>	El modelo tradicional de turismo rural ha evolucionado hacia diferentes fórmulas que exigen a los profesionales una adaptación frente a los cambios imprevistos, al objeto de mantener la competitividad y rentabilidad de su actividad
<b>MATERIAL ADICIONAL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Presentación de la ponencia ( power point)</li><li>- Resultados de las encuestas a propietarios de viviendas de turismo rural Huesca ( DPH)</li></ul>

---

## 5. RESUMEN DE LAS PONENCIAS

---

<b>TÍTULO</b>	<b>La creación de nuevos productos turísticos; el enoturismo y su combinación con otros recursos</b>
<b>PONENTE</b>	D <sup>a</sup> Raquel Latre.
<b>EMPRESA ORGANIZACIÓN</b>	Agencia de viajes Enodestino <a href="http://www.enodestino.com">www.enodestino.com</a>  Agencia de viajes situada en Barbastro especializada en el enoturismo.
<b>RESUMEN</b>	<p>El contenido de su ponencia estuvo dirigido a la creación de productos de enoturismo, las líneas de actuación necesarias para ofrecer y crear productos de enoturismo, así como en los sistemas de promoción, comercialización y distribución para este nuevo modelo turístico.</p> <p>Además de ello expusieron de forma muy pormenorizada las características de demandantes de estos productos, viajeros que reciben conocimientos y disfrutan de los paisajes vitivinícolas y de su pasión por el vino</p>
<b>CONCLUSIÓN</b>	<p>El enoturismo es una modalidad turística cultural que permite promocionar las marcas y los productos, fidelizar clientes y además contribuir al desarrollo socio económico si se combinan con otros recursos como puedan ser en el caso de la zona de Calatayud la oferta balneoterápica.</p> <p>La oferta de cualquier producto de enoturismo necesita de una implicación real de todos los agentes, que permita transformar las actividades del sector primario en sector terciario, ya que el enoturismo es mucha más que una visita a una bodega.</p>
<b>MATERIAL ADICIONAL</b>	- Presentación de la ponencia (power point)

---

## 5. RESUMEN DE LAS PONENCIAS

---

<b>TÍTULO</b>	Las nuevas tecnologías aplicadas a la promoción turística. Presentación del portal turístico de la Asociación.
<b>PONENTE</b>	D. Daniel Piñol. D. Alfredo Piqueras
<b>EMPRESA ORGANIZACIÓN</b>	Ariadna3.com y Espacio Creativo. Asesores Tic.
<b>RESUMEN</b>	<p>Alfredo y Daniel, ambos asesores en nuevas tecnologías de la información y la comunicación orientaron su ponencia hacia uno de los temas de mayor actualidad, las herramientas interactivas, haciendo especial alusión a las herramientas 2.0 y su importancia en el sector turístico.</p> <p>Su ponencia comenzó con una exposición del contenido del portal de información turística que desde la Asociación se está realizando, destacando qué herramientas está previsto incorporar y qué orientación pretende darse al mismo. El objetivo es <i>Crear un portal turístico capaz de dar a conocer todo lo que el destino puede ofrecer, de una forma, visual, sencilla e inteligible</i>. Para ello se está trabajando de modo que sea atractivo, convincente, global, actualizable.</p> <p>Daniel Piñol, tras realizar una exposición gráfica de cuál había sido la evolución en el sector, explicó con ejemplos prácticos las bases de las herramientas 2.0, destacando su utilidad a la hora de valorar posibles acciones de promoción, teniendo siempre presente la cada vez mayor influencia directa de las redes sociales en la elección de un producto o servicio turístico.</p>
<b>CONCLUSIÓN</b>	Internet y las nuevas tecnologías han supuesto una revolución en el sector turístico para todos los agentes, no sólo para los proveedores, agencias y operadores tradicionales sino también para los usuarios –turistas. Este hecho hay que tenerlo muy en cuenta a la hora de plantear cualquier acción de promoción y comercialización.
<b>MATERIAL ADICIONAL</b>	- Presentación de la ponencia ( power point)

---

## 6. RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

---

Tras la celebración de la I Jornadas Técnicas de Turismo “Promoción y Comercialización Turística” y el debate establecido entre los ponentes, técnicos, representantes de diversas asociaciones y los profesionales asistentes procedentes de diversos territorios, se ha tomado la determinación de redactar un decálogo de conclusiones para su difusión entre los agentes interesados.

1. Es preciso realizar estudios sobre la situación actual del turismo en la Comarca de Calatayud, para poder crear productos turísticos diferenciados, innovadores, capaces de provocar emociones, en definitiva de ser productos competitivos.

Planteamos incidir tanto en el estudio y conocimiento de la oferta como en el de la demanda y en las tendencias del mercado tanto nacional como internacional (perfil del turista).

2. Cualquier acción de promoción y comercialización que se realice, bien de forma individual o colectiva, de manera privada o pública, debe ir precedida de una planificación rigurosa que permita orientar la promoción al mercado objetivo.

Se propone trabajar de una manera conjunta con todas las instituciones, para aunar esfuerzos y rentabilizar las acciones al máximo..

3. Los presupuestos de promoción de las administraciones públicas y de las empresas particularmente deben aumentarse ante la crisis y no a la inversa como suele suceder, dirigiéndose a la promoción del destino de una manera integral y no individualizada.

Sugerimos mejorar la promoción institucional (mayor efectividad de las inversiones) y búsqueda de fórmulas de promoción con participación público-privada flexibles que permitan adaptarse a los cambios del sector. Emplear más eficientemente los recursos para la promoción turística. Invertir más en la promoción de microdestinos

4. La profesionalidad en el sector es imprescindible para ofrecer servicios de calidad y para asegurar la competitividad.

Consideramos necesario aumentar los esfuerzos en formación continua, especialmente para mejorar las técnicas de comercialización, así como incrementar por parte de las empresas la colaboración con los centros educativos para contribuir en la formación de posibles futuros profesionales.

---

---

5. El enoturismo, el ecoturismo, el turismo gastronómico, el turismo industrial son modalidades turísticas culturales que permiten contribuir al desarrollo socio económico, por lo que combinadas de una manera eficiente con otros recursos como puedan ser en el caso de la zona de Calatayud de la oferta balneoterápica, pueden suponer una diferenciación frente a otras zonas, ayudando a su vez a la descentralización y desestacionalización.

Sugerimos trabajar conjuntamente con todos los implicados para la creación de estos nuevos productos turísticos

6. Las asociaciones profesionales pueden servir de interlocutores ante las Administraciones Públicas y con los agentes turísticos del territorio, para la puesta en marcha de proyectos de promoción y comercialización en mercados exteriores, donde es necesario contar con las estructuras organizativas capaces de inspirar confianza y seguridad a los operadores turísticos extranjeros.

Desde la Asociación estamos predispuestos a colaborar con todas las entidades para la puesta en marcha de estos proyectos, sirviendo como nexo de unión entre las administraciones y las empresas y coordinando acciones.

7. Las nuevas tecnologías se han convertido en el perfecto aliado para la promoción y comercialización turística en otros mercados. Sería conveniente realizar un análisis y evaluación de las iniciativas de promoción interactiva formal e informal que se desarrollan en esta área, y plantear alternativas promocionales innovadoras y creativas, ya que existe una falta de innovación en este sentido.

Se propone el fomento de la promoción interactiva a todos los agentes del sector en base a dos áreas:

- Soportes promocionales on line formales ( páginas Web de los organismos oficiales, de las empresas ...)
- Soportes promocionales on line informales, herramientas 2.0 (promoción turismo en redes sociales: foros, blogs, wikis...) La búsqueda de información turística ha cambiado. Ahora se utilizan los wikis, tags, blogs, donde se encuentran contenidos generados por los usuarios, es por ello por lo que se propone realizar iniciativas para generar dicho contenido.

8. Los recursos turísticos de la zona de Calatayud son muy atractivos y además tienen una situación geográfica única.

Desde la Asociación planteamos la posibilidad de trabajar en mercados próximos aprovechando las oportunidades que pueden ofrecer la mejora de las comunicaciones (compañías aéreas de bajo coste, ave...).

---

---

9. La situación de crisis y confusión actual en la economía puede convertirse en una oportunidad de desarrollo para las empresas.

Convencidos de los beneficios que la internacionalización del sector podría tener para ayudar en parte a paliar los efectos de la situación actual, ofreceremos la ayuda en colaboración con otras entidades como Cámara de Comercio o Aragón Exterior, para facilitar ese proceso de captación de clientes en mercados exteriores.

10. La predisposición al desarrollo de nuevos proyectos tanto de forma individualizada como de forma grupal, por parte de los empresarios del sector es inmejorable, lo que facilita la puesta en marcha de proyectos.

Desde la Asociación se trabajará para conseguir la firma de convenios de colaboración para desarrollar proyectos conjuntos.

---