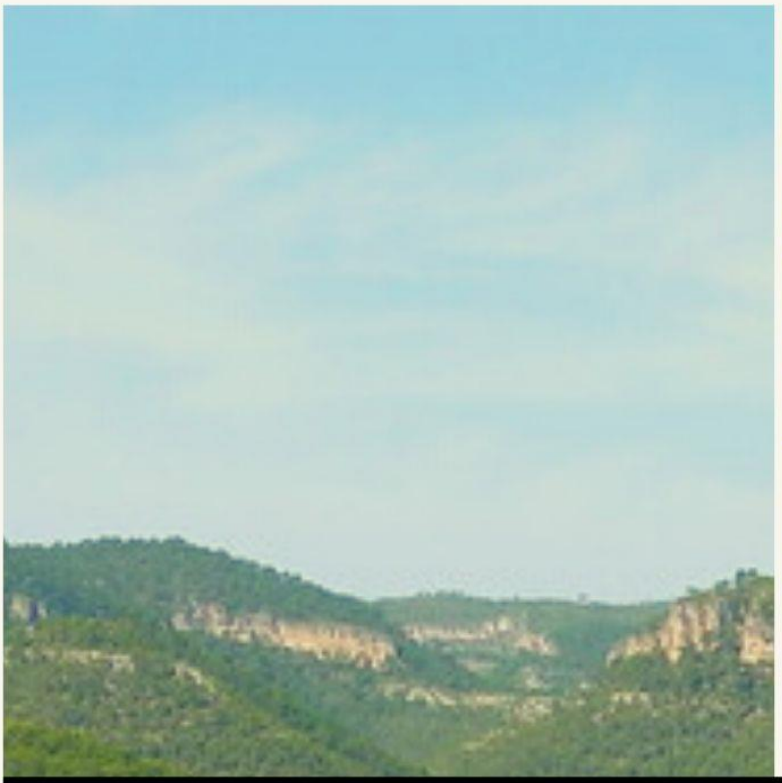
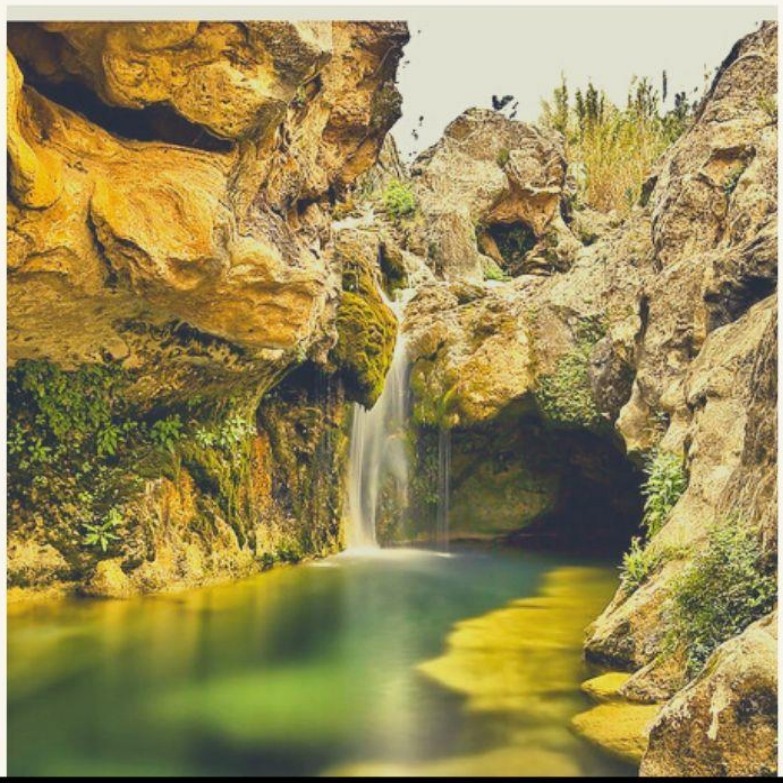
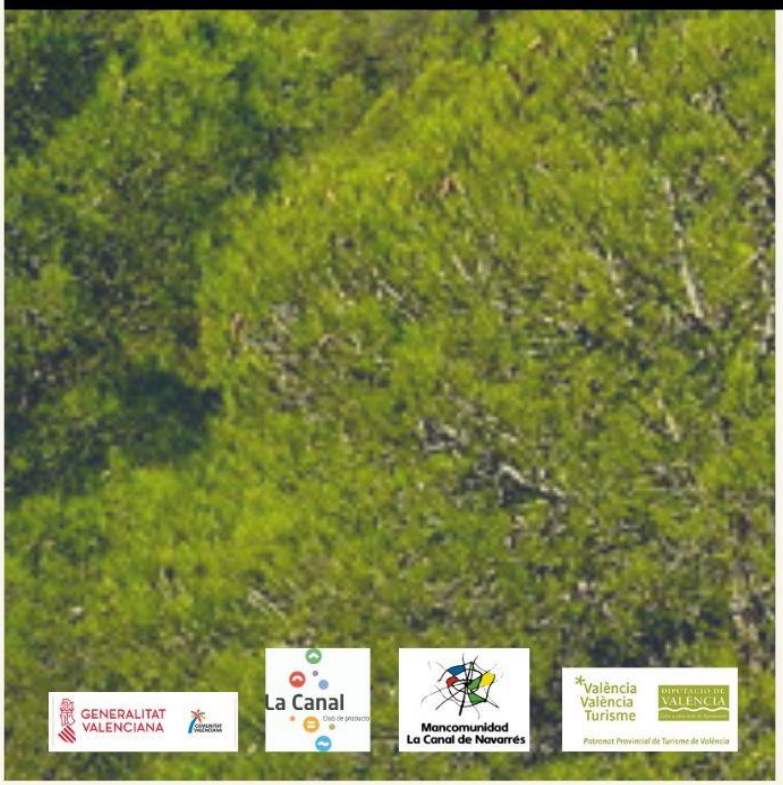
ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA CREACIÓN DE UN CLUB DE PRODUCTO PARA LA MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS DE LA CANAL DE NAVARRÉS

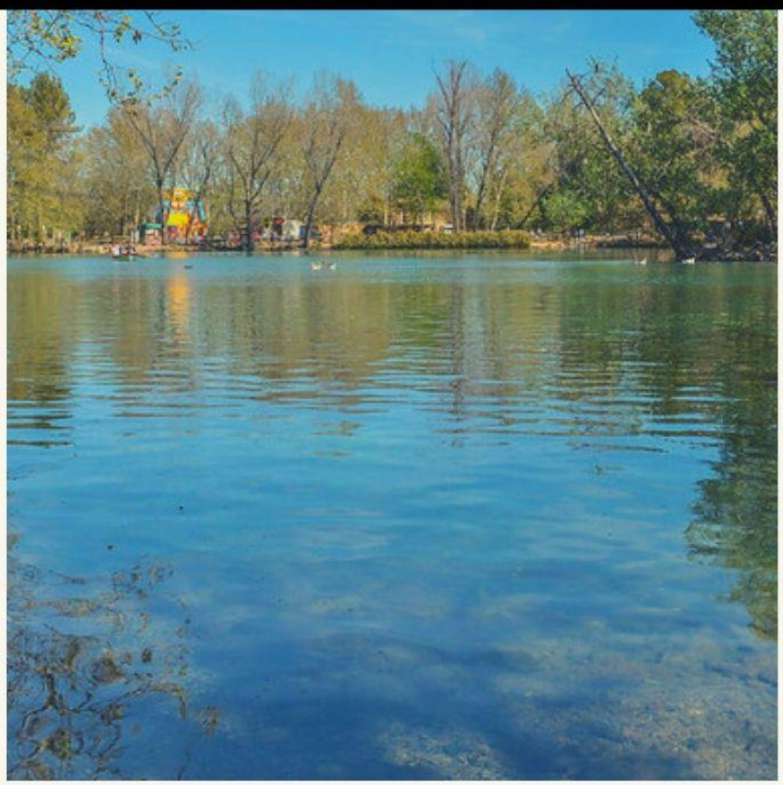
diciembre 2019





LA CANAL
Club de producto





Contenido

1. Antecedentes 2
2. Conceptualización 4
3. Componentes y criterios 6
4. Procedimiento de acceso y mantenimiento 10
5. Públicos y mercados 12
    5.1 Públicos 12
    5.2 Mercados 18
6. Plan de comunicación del club de producto 20
6. Herramientas del club 30
    6.1 Marca del club e identificador exterior 31
    6.2 Declaraciones Responsables de cada tipología de empresa/entidad 33
    propuesta 33
    6.3. Listado de potenciales empresas para el club de producto 41

1. Antecedentes

Tras la redacción del plan director del desarrollo turístico para La Canal de Navarrés, en el que se conceptualiza el territorio turístico y se analiza la situación de la oferta turística de los municipios de la Mancomunidad de la Canal, surge desde la iniciativa pública la voluntad de cohesionar y profesionalizar la oferta turística del destino a través de la configuración de un club de producto. Aun cuando la propuesta de esta conceptualización surja desde la iniciativa pública no debe obviarse que este tipo de instrumentos nacen para cohesionar y depurar la oferta empresarial turística de un destino, al objeto de dinamizar consumos entre propuestas empresariales turísticas que responsan a criterios homogéneos de puesta en valor y comercialización asegurando de esta manera al mercado una propuesta consistente y alineada con la estrategia del destino del destino

Será por tanto necesario para la conceptualización e implantación de un club de producto no solo el impulso de la Mancomunidad si no la implicación de la iniciativa privada más implicada con la puesta en mercado del destino.

Por tanto, la Canal de Navarrés necesitará de una oferta empresarial cohesionada en torno a argumentos de consumo homogéneos en el territorio.

Apostar por configurar argumentos que el cliente pueda consumir en los distintos municipios que conforman el destino de forma homogénea siguiendo los mismos estándares de calidad y servicio, provocará mayor confianza en la demanda.

La Canal de Navarrés, en este caso está apostando por llevar a cabo un proceso ordenado y gestionado que se basará no solo en la consolidación de argumentos de consumo sino también la configuración de una metodología que permita la selección y discriminación positiva de la oferta empresarial más alineada con la estrategia del destino.

Para ello, se determinarán una serie de criterios de acceso al club de producto, alineados con los valores de la estrategia turística del destino, permitiendo cohesionar y poner en valor las empresas de actividades, alojamientos, restaurantes, espacios visitables y comercios de La Canal de Navarrés. De esta manera se conseguirá que el destino ofrezca una imagen unificada frente a la demanda, indistintamente del municipio en el que se consuma la oferta.

El proceso de puesta en mercado del club de producto permitirá aportar valor a las empresas más implicadas con el desarrollo turístico del destino, al tiempo que aportará al destino el componente necesario para generar derrama sobre el territorio.

La aplicación de un identificador propio y de unos soportes de comunicación que reúnan la oferta de empresas adheridas facilitarán que de manera sencilla la demanda identifique a las empresas integrantes del club de producto, las consuma y provoque además la tan deseada circulación por el territorio a través de la oferta de empresas y servicios adheridos.

En este momento, empieza un proceso de concepción de la Mancomunitat de La Canal de Navarrés como un destino único en el que los municipios integrantes del mismo se encuentran alineados con una misma estrategia turística que aportarán además del componente necesario para consolidarse como destino turístico, un valor añadido a las empresas más implicadas en el desarrollo turístico del mismo. Se trata de un trabajo conjunto entre la iniciativa pública y privada para conseguir incrementar el valor que percibe la demanda, generando las sinergias necesarias para provocar mayor derrama sobre el destino.

2. Conceptualización

Como se viene dando en los últimos años, la demanda busca cada vez más experiencias en los destinos que les permitan movilizarse por el territorio escogido. Así mismo, la tipología o categoría de una empresa turística ya no es tampoco determinante para provocar circulación por el destino. Por tanto, el desarrollo de un club de producto no debe considerarse un proceso de unión de empresas que comparten tipología, sino la congregación de empresas sea cual sea su epígrafe comercial que comparten los mismos valores y estrategias de negocio.

En este sentido resulta necesaria para la estructuración de un club de producto la detección del argumento de consumo que permitirá unir a las empresas y por tanto provocará la movilización de la demanda por el territorio, consumiendo aquellas empresas/experiencias que hayan sido agrupadas en base al argumento determinado.

El argumento que se determine será por tanto la motivación de viaje de la demanda, y los criterios de acceso al club de producto las garantías de oferta en el servicio de unos valores unificados entre los municipios integrantes del destino.

Estructurar el argumento es orientar la estrategia del club hacia una motivación principal de consumo, por tanto, el argumento no puede estar excesivamente hiper-segmentado cuando nace con una visión de mancomunidad como es el que nos ocupa, pero si necesita de responder a una demanda muy concreta vinculada a motivaciones generalistas de consumo con capacidad de disponer de suficiente demanda como para generar valor para el destino.

Para determinar las tipologías y categorías de empresa más relevantes para la configuración del club de producto, se ha realizado un análisis de más de 120 empresas potenciales entre las que se encuentran alojamientos, restaurantes, empresas de actividades, agencias de viaje y espacios visitables. Tras el análisis de esta oferta junto a los recursos turísticos que ofrece el destino se ha considerado que el principal argumento de producto debe ser el vinculado con la naturaleza, el interior, el turismo rural que debe servir como estrategia de posicionamiento del club de producto.

Descubrir a través de las empresas los diferentes valores de la naturaleza con los que cuenta el destino permitirá posicionar el destino con suficiente atractivo generalista, pero al tiempo de valor como para provocar demanda de interés. Las empresas integradas en el club deberán actuar como prescriptores del destino, informando sobre los recursos, experiencias, oferta y provocando la circulación de los mismos a través del destino.

Aprovechando la marca determinada a partir del plan director de turismo de la mancomunidad, se determina que el *naming* del club de producto sea "La Canal- Club de Producto", *naming* que reconozca a las empresas turísticas que resalten los valores más relevantes del destino, ya sean alojamientos, restaurantes, empresas de actividades, agencias de viaje o espacios visitables.

El club de producto de la Canal de Navarrés y la iniciativa privada que se consolide bajo esta marca, se convertirán en el mejor escaparate para las experiencias y productos turísticos generadores de demanda en el destino, que por supuesto servirán de enganche para la promoción de los recursos turísticos del destino.

En la puesta en mercado de un club de producto hay que abordar también la fórmula de gestión del mismo para que garantice su futuro en el corto y medio plazo. Sobre la base de la experiencia de Soluciones Turísticas se recomienda para este club de producto la constitución de una asociación empresarial de "La Canal-Club de Producto".

La gestión del club de producto debe recaer sobre la oferta empresarial integrante del club de forma que la creación de una asociación empresarial resulta la mejor opción para ello. Al formarse una asociación con empresas que responden a unos mismos criterios, con valores empresariales asociados al territorio, las empresas integrantes del club serán los principales valedores del mantenimiento de la marca. No obstante, la propiedad de la marca del club de producto será de la Mancomunidad y la cederá a la asociación para hacer uso de ella.

En estos casos se recomienda establecer una cuota mínima de participación en la asociación de forma que se genere una bolsa de fondos con los que poder llevar a cabo acciones de promoción. Generalmente, este tipo de asociaciones enfocadas principalmente en la promoción del destino vinculada con la oferta empresarial que presentan una misma línea de trabajo y se reúnen bajo unos mismos criterios de calidad suelen estar más consolidadas y por tanto tener mayor durabilidad en el tiempo que las que se vinculan únicamente por tipologías de empresas (alojamientos, restauración, etc.).

3. Componentes y criterios

A partir de la determinación del argumento de valor para el club de producto se deben determinar las diferentes tipologías de empresas que podrán integrarse, siempre y cuando respondan al argumento y a los criterios mínimos a establecer.

Sobre la base del análisis de la oferta empresarial del destino se proponen las siguientes tipologías de empresas a incluir dentro del club de producto turístico para las que se determinarán los criterios de acceso pertinentes.

- Espacios visitables
- Alojamientos
- Espacios de restauración
- Empresas de actividades

Espacios Visitables

Centros de interpretación, museos y otros espacios visitables localizados en los destinos de la Mancomunitat de la Canal de Navarrés que dispongan de apertura al menos sábados y/o domingos en horarios de mañana.

Requisitos

- Legalmente constituido en alguno de los municipios de la Mancomunitat de la Canal de Navarrés
- Dispone de apertura en horarios de mañana, al menos los sábados y domingos.
- Dispone de web o perfil en red social con información sobre horario de apertura.
- Se compromete al uso de la marca “La Canal – Club de Producto” (identificador y en web).
- Se compromete a participar con información en acciones de comunicación turística de la Mancomunitat de la Canal de Navarrés.
- Se compromete a disponer de información turística del destino y de otros miembros del club de producto
- Se compromete a configurar productos/experiencias en el territorio de la Canal de Navarrés con el resto de miembros del club de producto.

Alojamientos

Empresas de alojamiento legalmente constituidas en los municipios que configuran en destino que cuentan con el alta correspondiente en Turisme Comunitat Valenciana indistintamente de la tipología y categoría y trabajan bajo unos estándares de calidad. Los alojamientos deberán disponer de información en sus webs o redes sociales sobre el club de producto, así como disponer de información física sobre las empresas que forman parte del club (soportes elaborados por La Mancomunidad de La Canal).

Requisitos

- Legalmente constituida en municipios de La Canal de Navarrés y con alta en Turisme Comunitat Valenciana
- Se compromete a asegurar adecuados niveles de calidad tanto en sus infraestructuras como en la prestación de sus servicios
- Disponen de referencias al club de producto en su web o perfil en redes
- Cuentan con información del club de producto en sus instalaciones (soporte elaborado por La Canal de Navarrés)
- Dispone de web o perfil en red social con información sobre horario de apertura
- Se comprometen al uso de la marca “La Canal-Club de Producto” (identificador y en web)
- Se comprometen a participar con información en acciones de comunicación turística del destino
- Se comprometen a disponer de información turística del destino y de otros miembros del club de producto
- Se compromete a configurar productos/experiencias en el territorio de la Canal de Navarrés con el resto de miembros del club de producto.
- En el caso de prestar servicio de desayuno o comidas disponen de alguno de sus platos elaborado con productos agroalimentarios de la Canal de Navarrés evidenciándolo en sus cartas u otras vías de comunicación al cliente.

Restauración

Empresas de restauración legalmente constituidas en los municipios de la Canal de Navarrés que cuentan con el alta correspondiente en Turisme Comunitat Valenciana y que trabajan bajo unos mínimos estándares de calidad. Las empresas de restauración deberán disponer en su oferta de restauración de manera evidente algún producto agroalimentario de la Canal de Navarrés. Estos establecimientos deberán disponer de apertura al menos en sábados y domingos. En sus cartas deberán evidenciarse los platos elaborados con productos agroalimentarios propios de la Comarca o al menos procedentes del territorio valenciano.

Requisitos

- Legalmente constituida en un municipio de la Canal de Navarrés y con alta en Turisme Comunitat Valenciana
- Se compromete asegurar adecuados niveles de calidad tanto en sus infraestructuras como en la prestación de sus servicios
- Disponen de alguno de sus platos elaborado con productos agroalimentarios de la Canal de Navarrés.
- Dispone de web o perfil en red social con información sobre horario de apertura
- Disponen de referencias al club de producto en su web o perfil en redes
- Cuentan con información del club de producto en sus instalaciones (soporte elaborado por Mancomunitat La Canal de Navarrés).
- Se comprometen al uso de la marca “La Canal-Club de producto” (identificador y en web)
- Se comprometen a participar con información en acciones de comunicación turística del destino
- Se comprometen a disponer de información turística del destino y de otros miembros del club de producto.
- Se compromete a configurar productos/experiencias en el territorio de la Canal de Navarrés con el resto de miembros del club de producto.

Empresas de actividades/Guías de turismo

Empresas legalmente constituidas en el algún municipio de la Mancomunidad de la Canal de Navarrés o que operen en el destino, que cuenten con el alta correspondiente en Turisme Comunitat Valenciana y comercialicen experiencias turísticas en el territorio de la Mancomunidad de La Canal de Navarrés.

Requisitos

- Legalmente constituida, o que opere en un municipio de la Canal de y con alta en Turisme Comunitat Valenciana
- Se compromete asegurar adecuados niveles de calidad en la prestación de sus servicios
- Se incluye en las experiencias que comercializa al menos un restaurante incluido en el club de producto.
- Dispone de productos/experiencias turísticas en el territorio de la Mancomunidad de La Canal de Navarrés.
- Dispone de web o perfil en red social con información sobre sus actividades en el destino
- Se compromete a hacer referencias al club de producto en su web o perfil en redes
- Se comprometen al uso de la marca "La Canal-Club de Producto" (identificador y en web)
- Se compromete a participar con información en acciones de comunicación turística del destino
- Se compromete a proporcionar información turística del destino y de otros miembros del club de producto
- Se compromete a configurar productos/experiencias en el territorio de la Canal de Navarrés con el resto de miembros del club de producto.

Debe considerarse que estos requisitos planteados podrán ser modificados siempre y cuando sean aprobados por la asamblea de la asociación y cuenten con el visto bueno de la administración pública del destino como propietaria de la marca.

4. Procedimiento de acceso y mantenimiento

En todo proceso de puesta en mercado de un club de producto se tiene que determinar la fórmula de gestión para asegurar su continuidad al menos en el corto y medio plazo. Sobre la base de la experiencia de Soluciones Turísticas en la conceptualización y puesta en mercado de clubes de producto se propone un proceso firme y sistemático que asegure el cumplimiento de los requisitos determinados para la constitución de este club. Resulta por tanto fundamental el asentamiento de unas bases consolidadas que eviten que el club pueda perder su esencia y con ello sus componentes la capacidad de venta conjunta.

Por este motivo se deben definir unos procedimientos claros y profesionales que aporten valor y permitan asegurar un buen posicionamiento en el mercado. Todo procedimiento necesita de un órgano de control y de unos instrumentos que evidencien los pasos para acceder y mantenerse, además pensando en la realidad de este tipo de proyectos y de sus futuros gestores, se propone un procedimiento ágil y con un coste mínimo de gestión, adaptándose a los recursos tanto económicos como humanos de La Mancomunitat de la Canal de Navarrés.

Una primera acción será la creación de una comisión de acceso al club de producto de la Canal. En la primera edición la comisión de turismo de la Mancomunidad será la que conformará la comisión de acceso y llevará a cabo las tareas correspondientes de control del proceso de acceso al club.

La comisión de acceso deberá estar configurada por al menos un representante de cada tipología de empresa miembro del club, como en este caso son 4 tipologías, se recomienda que formen parte de la comisión dos miembros de la tipología alojamiento, tipología más numerosa permitiendo que la asociación esté conformada por 5 miembros, lo que impedirá empates sobre las decisiones de acceso.

Habrá también dos momentos al año en los que se abrirá el procedimiento de solicitud de ingreso en el club de producto, se recomienda Enero y Junio. Será solo en estas fechas en las que se permitirá la entrada de nuevos miembros al club de producto, como forma de agilizar y simplificar los procedimientos (inclusiones en soportes de comunicación, etc.). Para el acceso al club, las empresas interesadas deberán hacer entrega de la declaración responsable de cumplimiento de requisitos para su tipología de empresa a la persona/entidad correspondiente (en la primera anualidad, a la Mancomunidad). Estas declaraciones responsables son un compromiso del empresario declarando que cumple con los requisitos obligatorios y que se compromete a cumplir con los compromisos vinculados a la participación en el club.

Con esta fórmula de declaración responsable se sustituye a los procesos de auditoría externa necesarios en otro tipo de clubes de productos, lo que supone por tanto un importante ahorro económico para la Mancomunidad.

En los siguientes momentos de apertura de solicitudes de adhesión, le corresponderá a la comisión de acceso del club de producto aceptar o no las solicitudes presentadas. La decisión final de conceder o no el acceso deberán estar fundamentados en hechos evidentes, pero se entenderá el derecho de la asociación a permitir o no la entrada de empresas que no cumplan con los requisitos propuestos.

Una vez constituida la primera edición del club de producto, La Mancomunidad diseñará un soporte de comunicación en el que deberán incluirse solamente las empresas/entidades integrantes del club de producto, así como, las acciones de promoción y comercialización en los diferentes mercados deberán hacerse conjuntamente con los miembros del club.

Al objeto de mantener el club de producto y garantizar la continuidad del mantenimiento, se aconseja realizar cada dos años al menos un proceso de revisión del cumplimiento con los requisitos y compromisos para lo que se aconseja contratar un trabajo externo de auditoría de criterios para presentar al final de esa anualidad como paso previo a que la comisión de acceso determine la salida o no de alguno de los miembros del club de producto, paso además que deberá ser aprobado por la asamblea a propuesta de la presidencia de la asociación.

La entrada en la asociación podrá hacerse por tanto en enero y junio de cada año y las evaluaciones de mantenimiento cada 2 años (por una cuestión de costes), a menos que existan evidencias claras por parte de la comisión de acceso de la necesidad de expulsión de alguno de los miembros. En ese caso la comisión de seguimiento elevará a la asamblea dicha decisión.

En el caso de expulsión del club el asociado dejará desde ese momento de ser miembros de la asociación y de poder realizar uso de la marca del club, debiendo retirarla tanto en sus infraestructuras como en sus soportes de comunicación.

5. Públicos y mercados

5.1 Públicos

Para una correcta puesta en valor del club de producto se deben determinar cuáles son los públicos y mercados objetivo del destino La Canal de Navarrés sobre los que trazar una correcta estrategia de comunicación.

La realidad del mercado y las oportunidades de consumo vinculadas al destino de La Canal de Navarrés obligan de a determinar una estrategia de consumo desde la definición de públicos objetivo. Públicos que bien gestionados y atraídos facilitarán desestacionalizar demandas por sus hábitos de consumo.

- **Turista individual / pequeños grupos ocio**: personas o grupos de amigos interesados en vivir experiencias por una motivación principalmente de ocio. Suelen desplazarse en vehículo propio en grupos de 2 a 8 personas, en pareja y en ocasiones de forma individual, especialmente en fines de semana y festivos. No suelen ser exigentes con el contenido técnico, aunque sí lo son con el aspecto lúdico de la experiencia. Este tipo de público suele combinar el consumo de naturaleza con otras motivaciones vinculadas al patrimonio, el turismo activo y la gastronomía.

  Tamaño grupo: 2-8 personas
  Argumentos de consumo: ocio, naturaleza, cultura, patrimonio, turismo activo, gastronomía, etc.
  Edad: + 25
  Procedencia: residentes o turistas situados a menos de 1,30h en coche.
  Nivel económico: medio / alto.
  Medio de transporte: vehículo particular.
  Momento de consumo: fines de semana, puentes y periodos vacacionales.
  Alojamiento: no suelen consumir alojamiento, un porcentaje reducido en alojamiento rural.
  Duración de la estancia: 1 día por lo general, y de 2 a 3 días escapadas rurales.

- **Grupos organizados ocio:** este tipo turistas suele desplazarse en grupos de 15 a 25 personas utilizando como medio de transporte habitual el autobús contratado. Realizan salidas, excursiones, actividades recreativas entre semana y en días festivos, dependiendo en función de su procedencia (colectivo social, cultural, incentivo, etc.). Suelen ser más sensible al precio y menos con el contenido teórico de la experiencia. Les gusta combinar el componente de naturaleza con otros atractivos como el patrimonio y la gastronomía.

  Tamaño grupo: 15-25 personas.
  Argumentos de consumo: ocio, naturaleza, cultura, patrimonio, gastronomía, etc.
  Edad: seniors + 60
  Procedencia: generalmente residentes en la Comunitat Valenciana.
  Nivel económico: medio.
  Medio de transporte: autobús contratado.
  Momento de consumo: entre semana (buen tiempo) y días festivos.
  Alojamiento: no suelen consumir alojamiento, pero si lo hacen es en hotel.
  Duración de la estancia: 1 día por lo general, y de 2 a 5 días si están de viaje.

- **Familias ocio:** Grupos familiares motivados por el ocio. Suelen ser grupos de 3 a 5 Pax. que se desplazan en vehículo propio, generalmente fines de semana y festivos. La duración de la experiencia puede ser un condicionante importante para el argumento de consumo de este tipo de público objetivo.

  Tamaño grupo: 3-5 personas.
  Argumentos de consumo: ocio, naturaleza, cultura, patrimonio, turismo activo, gastronomía, etc.
  Edad: entre 5 y 45 años
  Procedencia: residentes de la Comunitat Valenciana o turistas situados a menos de 1,30h en coche.
  Nivel económico: medio / alto.
  Medio de transporte: vehículo propio o de alquiler.
  Momento de consumo: fines de semana, puentes y periodos vacacionales.
  Alojamiento: no suelen consumir alojamiento, un porcentaje reducido en alojamiento rural.
  Duración de la estancia: 1 día por lo general, y de 2 a 3 días escapadas rurales.

- **Turista activo:** Deportistas individuales o en pequeños grupos de amigos que se desplazan en vehículo propio o alquilado en busca de la práctica de deporte en la naturaleza ya sea en el medio acuático o en la montaña. Estos se desplazan principalmente en fines de semana, puentes, días festivos y periodos vacacionales. Son exigentes con el contenido de la experiencia y menos en elementos superficiales, son críticos con las masas.

  Tamaño grupo: 1-5 personas.
  Argumento de consumo: deporte, naturaleza, turismo activo.
  Edad: entre 25 y 55 años.
  Procedencia: residentes o turistas situados a menos de 1,30h en coche.
  Nivel económico: medio / alto.
  Medio de transporte: vehículo particular o de alquiler.
  Momento de consumo: fines de semana, puentes, periodos vacacionales y entre semana si son turistas no residentes en la Comunitat Valenciana.
  Alojamiento: no suelen consumir alojamiento, un porcentaje reducido en alojamiento rural.
  Duración de la estancia: 1 día por lo general, y de 2 a 3 días escapadas rurales.

- **Incentivos:** se caracterizan por ser grupos de viajeros organizados de entre 6 y 30 personas que viajan entre semana. Buscan espacios singulares para la realización de experiencias diferentes en la naturaleza con valores que refuercen las relaciones humanas. Exigen unas instalaciones seguras, zonas para reuniones o eventos y elementos de inmersión tecnológica. Son poco exigentes con contenidos técnicos y si con el componente ocio del espacio natural.

  Tamaño grupo: 9-30 personas.
  Argumento de consumo: incentivos, Teambuilding, etc.
  Edad: entre 25-65 años.
  Procedencia: principalmente procedentes de la ciudad de València o Alicante.
  Nivel económico: medio / alto.
  Medio de transporte: autobús contratado o vehículo propio para grupos pequeños.
  Momento de consumo: entre semana la gran materia y en ocasiones fines de semana.
  Alojamiento: la gran mayoría no suele consumir.
  Duración de la estancia: una jornada.

Agencias de viajes especializadas en productos nicho: Agencias de viaje que comercializan experiencias en la naturaleza, patrimonio, turismo activo, rutas en btt, gastronomía etc. que se enfocan principalmente a mercados especializados en Madrid y Barcelona.

Tamaño grupo: de 1 a 5 personas o entre 6 y 30 personas.
Argumento de consumo: actividades en la montaña, senderismo, btt, barranquismo, gastronomía, etc.
Edad: entre 25-65 años.
Procedencia: principalmente procedentes de la ciudad de Madrid o Barcelona.
Nivel económico: medio / alto.
Medio de transporte: autobús contratado o vehículo propio para grupos pequeños.
Momento de consumo: entre semana la gran materia y en ocasiones fines de semana.
Alojamiento: Pequeños alojamientos con servicios hoteleros.
Duración de la estancia: entre 1 y 3 días.

5.2 Mercados

La carencia de recursos económicos y la escasa capacidad de inversión hacen que los destinos tengan que optimizar los recursos destinados a comunicación o comercialización. Para ello, conocer cuál es su mercado objetivo facilitará la toma de decisiones haciendo más eficiente el destino de los recursos económicos que poseen.

Atendiendo a un análisis previo de potenciales demandas en el corto y medio plazo se consideran oportunos para la estrategia a consolidar los siguientes mercados:

- València y área metropolitana. Demanda de la ciudad de València y su zona de influencia más inmediata. En este caso se hace referencia tanto a los residentes potenciales turistas como a turistas llegados a la ciudad (de ocio o de nicho) (nacional/internacional). Se trata del principal mercado objetivo al que dirigir la estrategia de comunicación y comercialización. Teniendo en cuenta que en este espacio residen casi ochocientas mil personas, al que añadiendo su área metropolitana asciende aproximadamente al millón y medio de habitantes, potencial demanda de turistas que pueden estar interesados en consumir el producto de interior de la Comunitat Valenciana y por tanto la oferta de la Canal de Navarrés.
  Cabe destacar que llevar a cabo acciones de comunicación y comercialización en otros destinos emisores más lejanos puede suponer una inversión con escaso o nulo retorno.

- Turistas alojados en destinos de costa de la provincia de Valencia y Alicante. Otro de los mercados de alto interés para el destino La Canal de Navarrés son aquellos municipios de la propia provincia de Valencia situados en la costa sobre todo de la zona centro y sur de la provincia, así como los del norte de la provincia de Alicante en los que, en temporadas vacacionales, se concentra un gran número de consumidores potenciales del destino. (Gandia, Oliva, Cullera, Xàbia, Dénia, etc.). Lo interesante de estos mercados es la capacidad de generar demandas en periodos donde otros mercados como Valencia ciudad pueden caer. Se deberá adaptar la oferta del destino en estos periodos de mayor afluencia. Anualmente la demanda potencial a poder alcanzar en estos mercados se estima en dos millones y medio.

- Alicante y su área metropolitana. Si bien este mercado ha sido tradicionalmente lejano en el consumo del destino La Canal de Navarrés, en general si ha consumido en momento puntuales, los municipios y espacios naturales ubicados en este territorio. Existe por tanto una oportunidad que bien trabajada puede ser interesante para los productos del destino. Alicante y su área metropolitana cuentan con una población de más de trescientos mil habitantes, que pueden convertirse en potenciales consumidores del destino. En este caso, cabe hacer referencia también a los turistas

alojados en la ciudad, mercado que tradicionalmente no ha formado parte de la principal demanda del destino, en el que en el corto plazo deberá trabajarse de forma más activa.

- Madrid y Barcelona como micro nichos. Por último, aunque se encuentren a una distancia media se ha considerado tener en cuenta los micro nichos de consumo que pueden proceder de Madrid y Barcelona, de manera que pueden enfocarse algunas acciones específicas de comunicación en alguno de estos mercados para consolidar el producto del destino de La Canal en ellos. No obstante, no resulta interesante considerar a estos mercados de manera global puesto que cualquier acción de comunicación a realizar sobre ellos aun cuando fuera vinculada a una importante inversión quedaría disuelta por la cantidad de información turística que existe en ellos. A pesar de ello, si se orienta a micro nichos específicos se entiende desde esta propuesta que puede existir una oportunidad de consumo. Para el caso que nos ocupa las acciones de comunicación y de comercialización deben ir dirigidas a medios y canales concretos y no a generalistas.

6. Plan de comunicación del club de producto

La puesta en mercado del club de producto y la consolidación de su posicionamiento requieren de la puesta en marcha de una estrategia de comunicación para la que será imprescindible establecer una serie de acciones a realizar tanto en mercados objetivo como en el propio destino. Más allá de la producción de soportes de comunicación que serán totalmente necesarios, se recomiendan las siguientes actuaciones:

1. Inserción de una sección del club de producto en la web turística de La Mancomunitat de Navarrés
2. Soporte de comunicación “La Canal – Club de Producto”
3. Diseño de un identificador (logotipo y pegatina) del club de producto
4. Desarrollo de un plan de comunicación en los mercados objetivo
5. Acciones de prescripción del club
6. Estrategia de comercialización con intermediarios turísticos
7. Formación y sensibilización de las empresas integrantes del club de producto
8. Sesión de networking entre los miembros del Club de Producto

A.1 Inserción de una sección del club de producto en la web turística de La Mancomunitat de La Canal de Navarrés

Objetivo:

Dotar al club de producto de un espacio propio dónde exponer su oferta en la página web de la Mancomunitat de La Canal de Navarrés

Descripción:

En esta actuación se recomienda establecer una sección dedicada al club de producto en la web turística de la Mancomunitat. Esta sección que debe ser independiente en un epígrafe de la web, deberá incluir una ficha descriptiva de las empresas adheridas al club de producto.

Es importante recalcar que la única información que figure en el apartado sea de los miembros del club de producto.

De esta manera se estará provocando que todas las empresas turísticas de los municipios integrados trabajen de manera alineada, apostando por la puesta en valor de la oferta de La Canal y la prestación de servicios de calidad.

La ficha deberá contener información acerca de los productos/experiencias que ofrece cada una de las empresas.

Momento de ejecución

A corto plazo (1-3 meses tras constituirlo)

Inversión

Bajo Coste (600 €)

A.2 Soporte de comunicación "La Canal - Club de Producto"

Objetivo:

Dotar al club de producto de un soporte de comunicación atractivo e informativo para la demanda sobre la oferta turística de la Canal de Navarrés.

Descripción:

Para generar motivación de viaje a La Canal de Navarrés y por ende provocar el consumo de la oferta turística del club de producto, se propone en esta actuación el diseño y producción de un soporte de comunicación que incorpore toda la oferta de las empresas adheridas al club de producto.

El diseño de este soporte debe ser muy visual, con gran contenido de imagen de forma que sea atractivo a la vista del turista y capte desde un primer momento su atención. También deberá incluir un apartado en el que se describa el atractivo turístico del destino que vincula a las empresas del club de producto. Sin duda deberá contener los productos/experiencias con las que cuentan las empresas adheridas al club al objeto de provocar mayor interés, así como, la información completa de cada una de las empresas (nombre, teléfono, e-mail, web). En este caso, al ser un destino amplio que integra varios municipios se recomienda incluir un mapa en el que se encuentren ubicadas las empresas y diferenciadas con distintos colores en función de su tipología, con el fin de provocar circulación por el destino.

Sería interesante también que el soporte incluyera un código QR que permitiese acceder al cliente al apartado específico del club de producto ubicado en la web turística de la Mancomunitat de la Canal de Navarrés.

Se podrá diseñar también otro soporte más sencillo a modo de díptico en el que se incluya tan solo la información de los miembros localizados en el mapa con iconos asociados a su tipología.

Ambos soportes deberán incluir un amplio contenido en imagen, la marca del club de producto y la web turística de la Mancomunitat de La Canal.

Esta información deberá emplearse además en envíos a medios, a operadores y prescriptores interesados.

Momento de ejecución

A corto plazo (1-3 meses tras constituirlo)

Inversión

Coste Medio (2.500 €)

A.3 Diseño de un identificador (logotipo y pegatina) del club de producto

Objetivo:

Crear una marca que permita aumentar el índice de recuerdo de la demanda y por tanto que el potencial turista la asocie los valores de la Mancomunitat de La Canal de Navarrés.

Descripción:

Esta acción se encuentra vinculada con la propia creación del club de producto de manera que se diseñe y produzca una marca identificativa del club de producto que se les proporcionará a las empresas/entidades integrantes del club para que las incorporen en sus soportes de comunicación, al objeto de mostrar al mercado su pertenencia al club de producto y generar al tiempo interés y posibilidad de venta cruzada entre todos los miembros del club de producto.

Se necesitará también más allá del diseño de una marca (propuesta en este documento), la producción de pegatinas electromagnéticas con esta marca para que se puedan colgar en las instalaciones de las empresas integrantes del club. Se aconseja que sean electromagnéticas para que se puedan pegar por ambos lados sea cual sea el soporte sobre el que se sitúen.

Momento de ejecución

Inmediato

Inversión

Bajo coste (500€)

A.4 Desarrollo de un plan de comunicación en los mercados objetivo

Objetivo:

Puesta en mercado del club de producto a través de la promoción de su oferta en espacios clave.

Descripción:

Será necesario para el impulso del club de producto y del destino Mancomunitat de la Canal de Navarrés llevar a cabo un proceso de comunicación en sus principales mercados objetivo.

Atendiendo a que el principal mercado emisor al interior de la Comunitat Valenciana es la ciudad de Valencia, se recomienda realizar los esfuerzos de comunicación sobre todo en este territorio y su área metropolitana. Además de este, sería interesante trabajar en periodos vacacionales los mercados situados cercanos a Alicante.

La promoción del club de producto requiere aprovechar los canales de comunicación que tienen contacto con sus públicos objetivo, como es la página web de Turisme Comunitat Valenciana o la de València Turisme (Diputación de València).
Se recomienda utilizar estos portales para difundir la existencia y todos los beneficios que ofrece club de producto, así como todas las noticias de interés que se pueda incluir semanalmente en el apartado de agenda del mismo.

Así mismo, es interesante que las empresas del club de producto formen parte del programa CreaTurisme e incluyan sus productos/experiencias en la web de experiencias CV de Turisme Comunitat Valenciana ya que son estas las experiencias que Turisme Comunitat Valenciana promociona en sus soportes de comunicación.

También, al objeto de maximizar la comunicación, aprovechando las infraestructuras existentes, se plantea el aprovechamiento de las oficinas de turismo existentes principalmente en el entorno inmediato del destino, así como las de València y Alicante ciudad. Por tanto, deberá situarse el soporte o soportes de comunicación que se produzcan del club de producto en estas tourist Info.

Otra de las acciones a acometer que se recomienda llevar a cabo es la de realizar una campaña de Facebook de residentes en València y Alicante ciudad, además de realizar acciones periódicas de comunicación en las redes sociales turísticas del destino.

Además, se podrán realizar algunas inserciones (reportajes, artículos, etc.) en medios de prensa de València ciudad y su área de influencia. Se considerarán al mismo tiempo medios de prescripción de relevancia para el consumo turístico tanto de residentes como del visitante.

Se aconseja realizar acciones para promocionar la puesta en marcha del club de producto como presentaciones en ferias o eventos turísticos, sobre todo que se desarrollen en la ciudad de València, así como en Alicante. (La Mostra de Turisme Comunitat Valenciana, La fira de les comarques, etc.)

En todas las acciones y eventos que se realicen sobre el destino deberá distribuirse la información física del club de producto e incluso realizar sorteos de estancias, comidas, experiencias como valores añadidos y generación de comunicación.
La estrategia de comunicación a seguir deberá estar enfocada en los valores más destacables del destino (naturaleza generalmente).

Momento de ejecución
A medio plazo (2-6 meses tras constituirlo)
Inversión
Medio Coste (10.000 €)

A.5 Acciones de prescripción del club

Objetivo:

Poner en valor la oferta del club de producto a través de la puesta en marcha de acciones con prescriptores

Descripción:

Otra de las líneas a trabajar en el proceso de posicionamiento del club es a través de la invitación de prescriptores al destino para que descubran la oferta turística del destino vinculada a "La Canal-Club de Producto".

Para ello, se deberán seleccionar prescriptores de relevancia para el destino por su importancia en las redes sociales, medios de comunicación principalmente asociados al turismo cultural, historia, gastronomía, escapadas, etc., sobre todo de la ciudad de València y su área metropolitana.

El trabajo con ellos se realizará invitándoles a que consuman las experiencias que la oferta del club de producto haya creado sobre el destino para que tras la vivencia de estas actividades puedan prescribir el territorio de la Canal de Navarrés, así como las empresas integrantes del club de producto.

El éxito de esta acción recae en la correcta selección de los prescriptores, por tanto, es necesario realizar un seguimiento de las acciones para evaluar el ROI de la acción. Los consumos deberán salir de un coste en comunicación asociado a una partida dentro del club.

En este sentido, se recomienda también llevar a cabo fam trips con los técnicos de oficinas de información turística, en los que presentar el club de producto en su totalidad y proporcionarles la oportunidad de consumir alguno de los establecimientos o experiencias para que puedan realizar la función prescriptores de la oferta.

Por último, se recomienda al mismo tiempo la puesta en marcha de campañas de publicidad en los medios de comunicación seleccionados para generar un mayor impacto.

Momento de ejecución

A medio plazo (2-6 meses tras constituirlo)

Inversión

Bajo Coste (2.500 €)

A.6 Estrategia de comercialización con intermediarios turísticos

Objetivo:

Puesta en mercado de la oferta del club de producto a través de su comercialización con agencias de viaje.

Descripción:

Primeramente, se deberá seleccionar una relación intermediarios turísticos de la zona de influencia del territorio de la Canal de Navarrés. Además, se aconseja presentar la oferta del club de producto a las agencias de receptivo de la ciudad de València, de forma que se puedan establecer acuerdos comerciales ya sea para grupos o ventas individuales. Otros intermediarios de interés para el club de producto podrían ser DMC y agencias de incentivos, eventos, congresos, etc. de la ciudad de València y su entorno, que busquen alternativas de espacios para sus eventos de empresa o plataformas de comercialización online de experiencias, como Atrápalo, Trovalia, Destinia, etc.

El impulso y la puesta en marcha de la acción puede recaer sobre la Mancomunidad, aun cuando el peso de la acción debe incurrir en las empresas adheridas al club de producto siendo que el éxito de la misma solo se podrá lograr si se encuentra una política común en la que todos resulten beneficiados respetándose sin excepción alguna.

Momento de ejecución

A medio plazo (a partir de 6 meses tras constituirlo)

Inversión

Sin coste

A.7 Formación y sensibilización de las empresas integrantes del club de producto

Objetivo:

Informar a los potenciales miembros del club de producto de qué es el club, cuáles son los beneficios que ofrece y las estrategias a seguir, así como formarles en la creación de experiencias turísticas.

Descripción:

La consecución de una misma estrategia y finalidad conjunta, de manera individual por cada uno de los miembros del club es clave para la promoción y comercialización del territorio en su totalidad. Para ello, se deben llevar a cabo una serie de acciones que permitan alcanzar este objetivo.

En un primer momento, se aconseja realizar jornadas de sensibilización a las empresas potenciales miembros del club de producto con el fin de provocar interés entre empresarios del destino en formar parte del club. De esta manera, al estar informados y alineados con el mismo argumento de venta, estas empresas que serán las principales prescriptoras del club y por tanto del destino de la Canal de Navarrés, tendrán las herramientas necesarias para la correcta comercialización de sus actividades. En estas jornadas se les debe informar de qué es el club de producto, los beneficios que ofrece para el cliente, los beneficios para el destino y los beneficios que indirectamente ellos pueden recibir

Además, se propone realizar acciones de presentación y de trabajo con diputación de València y Turisme Comunitat Valenciana al objeto de que conozcan el club de producto y puedan ser también prescriptores del mismo.

En esta acción se propone también la realización de una sesión de formación dirigida a los miembros del club de producto con el objetivo de facilitarles las herramientas necesarias para estructurar una experiencia turística de calidad que después pueda comercializar con las agencias de viaje e intermediarios turísticos propuestos anteriormente.

Para la realización de esta actuación se recomienda la contratación de una empresa externa experta en la creación de producto turístico que sea capaz de subsanar las necesidades y carencias de la oferta turística integrante del club de producto La Canal.

Momento de ejecución

Inmediato

Inversión

Bajo Coste (1.500 €)

A.8 Sesión de networking entre los miembros del Club de Producto

Objetivo:

Crear un espacio en el que las empresas se conozcan y se facilite el surgimiento de sinergias entre ellas.

Descripción:

Por lo general, la oferta empresarial tiende a presentar una mentalidad de rivalidad con las demás empresas de su sector del destino de forma que suelen trabajar individualmente generando de este modo una imagen de falta de cohesión del destino que tarde o temprano acaba afectando a la imagen que percibe el turista/cliente del destino. En muchas ocasiones además ocurre que las empresas de un mismo se desconocen o desconocen la oferta de las demás empresas del destino, que en algunos casos podría complementar su oferta.
Es por este motivo que se aconseja llevar a cabo sesiones de networking con los integrantes del club de producto generando un entorno que permita el conocimiento entre empresas y facilite la generación de sinergias entre ellas.

Es recomendable que estas sesiones se realicen al menos dos veces al año, una por cada periodo de apertura de solicitudes de adhesión de nuevas empresas. En cada sesión se deberán presentar las empresas integrantes del club, así como las actividades que realiza cada una de ellas.

Momento de ejecución

Corto Plazo

Inversión

Sin Coste

6. Herramientas del club

En las siguientes páginas se aportan las herramientas consideradas para el desarrollo del club de producto que son:

1. Marca del club y pegatina identificadora
2. Declaraciones Responsables de cada tipología de empresa/entidad propuesta
3. Listado de potenciales empresas para el club de producto

6.1 Marca del club e identificador exterior

6.1.1 Marca de “La Canal- Club de Producto”

6.1.2 Identificador exterior

La Canal
Club de producto
Empresa adherida desde 2019

6.2 Declaraciones Responsables de cada tipología de empresa/entidad propuesta

DECLARACIÓN RESPONSABLE DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS Y COMPROMISOS

ALOJAMIENTOS

"LA CANAL- CLUB DE PRODUCTO"

D. / Dña. _____ en calidad de _____ (indicar cargo) de la empresa _____, con CIF _____ y con signatura turística (si procede) _____ situada en el municipio de _____ provincia de _____, manifiesto, a través de la presente solicitud de adhesión, a "LA CANAL- CLUB DE PRODUCTO" y declaro por el siguiente documento que cumplo los requisitos considerados a continuación y me comprometo a cumplir con los requisitos de participación en el Club de producto:

- ☐ Legalmente constituida en municipios de La Canal de Navarrés y con alta en Turisme Comunitat Valenciana
- ☐ Se compromete a asegurar adecuados niveles de calidad tanto en sus infraestructuras como en la prestación de sus servicios
- ☐ Disponen de referencias al club de producto en su web o perfil en redes
- ☐ Se compromete a disponer de información del club de producto en sus instalaciones (soporte elaborado por La Canal de Navarrés)
- ☐ Dispone de web o perfil en red social con información sobre horario de apertura
- ☐ Se compromete al uso de la marca "La Canal- Club de Producto" (identificador y en web)
- ☐ Se compromete a participar con información en acciones de comunicación turística del destino
- ☐ Se compromete a disponer de información turística del destino y de otros miembros del club de producto
- ☐ Se compromete a configurar productos/experiencias en el territorio de la Canal de Navarrés con el resto de miembros del club de producto.
- ☐ En el caso de prestar servicio de desayuno o comidas disponen de alguno de sus platos elaborado con productos agroalimentarios de la Canal de Navarrés evidenciándolo en sus cartas u otras vías de comunicación al cliente.

Rogamos remitan cumplimentada la solicitud vía e-mail a: _____

En _____, a ___ de _____ de 201_

.....

(Nombre y firma)

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Nombre de la empresa: .....

Persona de contacto: .....

Dirección: .....

C.P: ..... Teléfono: .....

Correo electrónico: ..... Web: .....

"En virtud de la nueva ley de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos de los siguientes extremos: La cumplimentación de los datos que se encuentran en el presente formulario es obligatoria para la solicitud de adhesión a "La Canal- Club de Producto".

DECLARACIÓN RESPONSABLE DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS Y COMPROMISOS

ESPACIOS DE RESTAURACIÓN

"LA CANAL- CLUB DE PRODUCTO"

D. / Dña. _____ en calidad de _____ (indicar cargo) de la empresa _____, con CIF _____ y con signatura turística (si procede) _____ situada en el municipio de _____ provincia de _____, manifiesto, a través de la presente solicitud de adhesión, al "LA CANAL- CLUB DE PRODUCTO" y declaro por el siguiente documento que cumplo los requisitos considerados a continuación y me comprometo a cumplir con los requisitos de participación en el Club de producto:

- ☐ Legalmente constituida en un municipio de la Canal de Navarrés y con alta en Turisme Comunitat Valenciana
- ☐ Se compromete asegurar adecuados niveles de calidad tanto en sus infraestructuras como en la prestación de sus servicios
- ☐ Dispone de alguno de sus platos elaborado con productos agroalimentarios de la Canal de Navarrés o al menos de la Comunitat Valenciana, evidenciándolo en sus cartas u otras vías de comunicación al cliente
- ☐ Dispone de web o perfil en red social con información sobre horario de apertura
- ☐ Se compromete a disponer de referencias al club de producto en su web o perfil en redes
- ☐ Se compromete a disponer de información del club de producto en sus instalaciones (soporte elaborado por Mancomunitat La Canal de Navarrés).
- ☐ Se compromete al uso de la marca "La Canal- Club de Producto" (identificador y en web)
- ☐ Se compromete a participar con información en acciones de comunicación turística del destino
- ☐ Se compromete a disponer de información turística del destino y de otros miembros del club de producto.
- ☐ Se compromete a configurar productos/experiencias en el territorio de la Canal de Navarrés con el resto de miembros del club de producto.

Rogamos remitan cumplimentada la solicitud vía e-mail a: _____

En _____, a ___ de _____ de 201_

.....

(Nombre y firma)

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Nombre de la empresa: .....

Persona de contacto: .....

Dirección: .....

C.P: ..... Teléfono: .....

Correo electrónico: ..... Web: .....

"En virtud de la nueva ley de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos de los siguientes extremos: La cumplimentación de los datos que se encuentran en el presente formulario es obligatoria para la solicitud de adhesión al "La Canal- Club de Producto".

DECLARACIÓN RESPONSABLE DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS Y COMPROMISOS

EMPRESAS DE ACTIVIDADES/GUÍAS DE TURISMO

"LA CANAL- CLUB DE PRODUCTO"

D. / Dña. _____ en calidad de _____ (indicar cargo) de la empresa _____, con CIF _____ y con signatura turística (si procede) _____ situada en el municipio de _____ provincia de _____, manifiesto, a través de la presente solicitud de adhesión, a "LA CANAL- CLUB DE PRODUCTO" y declaro por el siguiente documento que cumplo los requisitos considerados a continuación y me comprometo a cumplir con los requisitos de participación en el Club de producto:

- ☐ Legalmente constituida, o que opere en un municipio de la Canal de y con alta en Turisme Comunitat Valenciana
- ☐ Se compromete asegurar adecuados niveles de calidad en la prestación de sus servicios
- ☐ Se incluye en las experiencias que comercializa al menos un restaurante incluido en el club de producto
- ☐ Dispone de productos/experiencias turísticas en el territorio de la Mancomunidad de La Canal de Navarrés.
- ☐ Dispone de web o perfil en red social con información sobre sus actividades en el destino
- ☐ Se compromete a hacer referencias al club de producto en su web o perfil en redes
- ☐ Se compromete al uso de la marca "La Canal- Club de Producto" (identificador y en web)
- ☐ Se compromete a participar con información en acciones de comunicación turística del destino
- ☐ Se compromete a proporcionar información turística del destino y de otros miembros del club de producto
- ☐ Se compromete a configurar productos/experiencias en el territorio de la Canal de Navarrés con el resto de miembros del club de producto.

Rogamos remitan cumplimentada la solicitud vía e-mail a: _____

En _____, a ___ de _____ de 201_

.....

(Nombre y firma)

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Nombre de la empresa: .....

Persona de contacto: .....

Dirección: .....

C.P: ..... Teléfono: .....

Correo electrónico: ..... Web: .....

"En virtud de la nueva ley de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos de los siguientes extremos: La cumplimentación de los datos que se encuentran en el presente formulario es obligatoria para la solicitud de adhesión al "La Canal- Club de Producto".

DECLARACIÓN RESPONSABLE DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS Y COMPROMISOS

ESPACIOS VISITABLES

"LA CANAL- CLUB DE PRODUCTO"

D. / Dña. _____ en calidad de _____ (indicar cargo) del municipio _____, provincia de _____, manifiesto, a través de la presente solicitud de adhesión, a "LA CANAL- CLUB DE PRODUCTO" y declaro por el siguiente documento que nuestro espacio visitable cumple los requisitos considerados a continuación y se compromete a cumplir con los requisitos de participación en el Club de producto:

- ☐ Legalmente constituido en alguno de los municipios de la Mancomunitat de la Canal de Navarrés
- ☐ Dispone de apertura en horarios de mañana, al menos los sábados y domingos.
- ☐ Dispone de web o perfil en red social con información sobre horario de apertura.
- ☐ Se compromete al uso de la marca "La Canal- Club de Producto" (identificador y en web).
- ☐ Se compromete a participar con información en acciones de comunicación turística de la Mancomunitat de la Canal de Navarrés.
- ☐ Se compromete a disponer de información turística del destino y de otros miembros del club de producto
- ☐ Se compromete a configurar productos/experiencias en el territorio de la Canal de Navarrés con el resto de miembros del club de producto.

Rogamos remitan cumplimentada la solicitud vía e-mail a: _____

En _____, a ___ de _____ de 201_

.....

(Nombre y firma)

DATOS DEL ESPACIO VISITABLE

Nombre del espacio: .....

Persona de contacto: .....

Dirección: .....

C.P: ..... Teléfono: .....

Correo electrónico: ..... Web: .....

"En virtud de la nueva ley de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos de los siguientes extremos: La cumplimentación de los datos que se encuentran en el presente formulario es obligatoria para la solicitud de adhesión al "La Canal- Club de Producto".

6.3. Listado de potenciales empresas para el club de producto

NOMBRE DE EMPRESA	TELÉFONO Y PERSONA DE CONTACTO	CORREO ELECTRÓNICO	WEB/ REDES	TIPOLOGÍA EMPRESA
ESTUBENY				
BAR ESTUBENY	673 869 045		https://www.facebook.com/Bar-Estubeny-1378623775557697/	RESTAURANTE
ANNA				
HOSTAL RESTAURANTE LAR GALEGO	962 210 573 – 610 456 064	info@largalego.com	http://largalego.com/inicio/	ALOJAMIENTO
CASA RURAL FUENTE DE MARZO (apto rural)	667 410 349 - David	fuentedemarzo@gmail.com	http://www.fuentedemarzo.com/	ALOJAMIENTO
LA CASA DEL LAGO	616 789 058 - Ángeles	lagoanna@gmail.com	https://lagodeanna.com/es/casa-lago-de-anna/	ALOJAMIENTO
CASA RURAL EL CARRASCAL	962 2105 32 - Carmen	casaelcarrascal@yahoo.es	No web	ALOJAMIENTO
CASA RURAL LA ALAMEDA	610 787 354/96 221 00 64/ 610 78 - Nacho	casalaalameda@hotmail.com	No web	ALOJAMIENTO
ANNA RURAL	673 379 791	reservas@casaruralanna.com	https://casaruralanna.com/	ALOJAMIENTO
CASA RURAL LA ERMITA	690 982 136 - Alex	contacto@casaruralermita.com	http://www.casaruralermita.com/	ALOJAMIENTO
LA CASA AZUL	607 391 712 - Begoña	annaturis2011@gmail.com	No web	ALOJAMIENTO
LA CASA FRENTE A LA CASCADA	699 402 446	alameda2015.anna@gmail.com	https://la-casa-de-la-cascada.negocio.site/	ALOJAMIENTO
CAMPING ALBUFERA DE ANNA	962 210 563		http://www.ajuntamentanna.es/es/camping-municipal-anna	ALOJAMIENTO
RESTAURANTE ANANDA	646 880 098	terrazaananda@gmail.com	https://www.facebook.com/RestauranteAnanda/	RESTAURANTE

BAR RTE. ELIDA	647 598 909		https://www.facebook.com/pg/Restaurante-Bar-ELIDA-669036676547076/about/?ref=page_internal	RESTAURANTE
BAR RECHOL	962 21 06 57 - 657 272 653		https://www.facebook.com/pg/BarRechol/photos/?ref=page_internal	RESTAURANTE
GASTRO BAR "LA PLAZA"	610 787 354	info@gastrobarlaplaza.com	https://www.gastrobarlaplaza.com/	RESTAURANTE
MOLTAPIZZA	611 188 545		https://www.facebook.com/moltapizzaanna	RESTAURANTE
CHIRINGO JUST SMILE	680 957 945	franjustsmile@gmail.com	https://www.facebook.com/chiringojustsmile/	RESTAURANTE
CHELLA				
CASA RURAL BALAGUER	644 243 752 - Alfonso	casaruralbalaguer@gmail.com	Facebook	ALOJAMIENTO
CASA RURAL LOS CHOCOLATES	657 567 491 - Bea	casaruralloschocolates@gmail.com	Face con Info de chella	ALOJAMIENTO
CASA RURAL LOS OLIVOS	665 940 545 - Tali	natalia_talon@hotmail.com	Wordpress sin motor de reservas http://lacasadelosolivos.com/es/	ALOJAMIENTO
CASA RURAL LA MONTAÑA	686 451 378	jjbellot@gmail.com	http://themontanarural.com/	ALOJAMIENTO
CASA RURAL FRIGOLS	666 520 170 – Vicente Carlos	vcfrigols@hotmail.com	https://www.facebook.com/Casa-Rural-Frigols-Chella-149606351779898/	
CASA RURAL MIRADOR DEL SALTO	667 439 278 - Ángel	Miradordelsalto@gmail.com	http://www.miradordelsalto.es/	ALOJAMIENTO
CASA RURAL LA PARAETA	636 781 983 - Honorato	ruralchella@gmail.com	http://www.ruralchella.es/	

CASAS DE LA CAÑADA DEL FLACO	722 573 308 - Gabi	canyadadelflaco@gmail.com	https://www.facebook.com/Gabriel.Hermoso.Carbonell/	ALOJAMIENTO
RESTAURANTE CASA FLORENCIO	962 220 067		https://www.facebook.com/pages/category/Mediterranean-Restaurant/Mes%C3%B3n-casa-Florencio-chella-578423435902391/	RESTAURANTE
PIZZERIA LA MARTINA	962 220 285 - 685 868 244		https://www.facebook.com/pg/Pizzeria-la-martina-461393880670439/about/?ref=page_internal	RESTAURANTE
BAR LA ESQUINICA			https://www.facebook.com/pages/category/Bar/La-Esquinica-bar-1701355789880671/	RESTAURANTE
BAR LOS MAYAS	962 220 064		https://www.facebook.com/pages/category/Tapas-Bar---Restaurant/Bar-De-Mayas-101873166672319/	RESTAURANTE
BAR LOS SAPATERICOS	644 860 292		https://www.facebook.com/lossapatericos/	RESTAURANTE
BOCATERIA LAS ERAS	665 367 329		https://www.facebook.com/pages/category/Bar/LAS-ERAS-Bocateria-980821595298600/	RESTAURANTE

GENERALITAT VALENCIANA
COMUNITAT VALENCIANA
València Turisme
DIPUTACIÓ DE VALENCIA
Patronat Provincial de Turisme de València
Mancomunidad La Canal de Navarrés
La Canal territorio turístico

EL PASEO COFFE-BAR	675 651 114		https://www.facebook.com/pages/category/Bar/El-Paseo-Coffee-bar-395214620951822/	RESTAURANTE
HADDOCK CAFÉ	962 220 300	luistaska@gmail.com	https://www.facebook.com/HADDOCKCAFELATASKA/	RESTAURANTE
BOLBAITE				
CASA RURAL LA BELLA	695 346 605	casaruralbella@hotmail.com	https://casaruralbella.webnode.es/nuestra-casa/	ALOJAMIENTO
CASA RURAL EL PUENTE	655 971 191	elpuenterural@gmail.com	http://www.elpuenterural.com/	ALOJAMIENTO
CASA DE COMIDAS TOT BÓ	656 522 889	totbocomidas@gmail.com	https://www.facebook.com/pages/category/Local-Business/Casa-de-Comidas-Tot-B%C3%B3-399095544040977/	RESTAURANTE
NAVARRÉS				
CASA RURAL EL PATIO	687 850 412 - Miguel	migueaneglaraezrey@gmail.com	https://casaruralelpatio.es/	ALOJAMIENTO
GRUPO NAHUAR RURAL	662 144 554 - Nelly	info@casaruralnavarres.es	http://casaruralnavarres.es/	ALOJAMIENTO
VILLA HORTENSIA	662 144 554	info@casaruralnavarres.es	http://casaruralnavarres.es/	ALOJAMIENTO
EL CIELO RURAL	615 681 155	elcielorural@gmail.com	https://www.facebook.com/elcielorural/	ALOJAMIENTO
APARTAMENTOS EL ESQUILADOR	608 683 088	ximo_navarres@hotmail.com	http://www.casaesquilador.com/	ALOJAMIENTO
RTE. MIRADOR DE ESCALONA	962 266 370 – 646 655 924	miradordeescalona@hotmail.com	http://www.miradordeescalona.com/	RESTAURANTE

RESTAURANTE VILLAPLANA	962 266 018		https://www.facebook.com/pages/category/Bar/Cafeter%C3%ADa-Villaplana-838764552960642/	RESTAURANTE
LA CUINA DÓTI Y ALEX	962 267 173	lacuinadotiialex@gmail.com	https://lacuinadotiialex.negocio.site/	RESTAURANTE
BAR ZECUS	962 267 315		https://www.facebook.com/pages/Pizzeria-Zecus-Navarr%C3%A9s/154170617979361	RESTAURANTE
AY CARMELA CAFÉ	678 448 302		https://www.facebook.com/Ay-Carmela-caf%C3%A9-1465004590451133/	RESTAURANTE
DREAMS CAFÉ HELADERÍA	610 253 061		https://www.facebook.com/dreamscafenavarres	RESTAURANTE
QUESA				
HOTEL DE MONTAÑA LA ROCHA	962 256 015 - 652 329 546	reservas@hotellarocha.com	https://sites.google.com/view/hotellarocha/p%C3%A1gina-principal	ALOJAMIENTO
BAR LA PARRA	962 256 022	laparra@vodafone.es	https://www.facebook.com/pages/category/Tapas-Bar---Restaurant/Bar-La-Parra-226839174076073/	RESTAURANTE
BICORP				

AGROTURISMO LOS BOTIJOS	962 132 860	davidgalvezmas@gmail.com	https://www.facebook.com/pg/Restaurante-rural-Los-Botijos-en-Bicorp-La-Canal-de-Navarr%C3%A9s-281379435302832/photos/?ref=page_internal	ALOJAMIENTO
CASA RURAL RÍO FRAILE	637 913 207		https://www.facebook.com/casaruralriofrailebicorp/	ALOJAMIENTO
CASA RURAL BARRANCO MORENO	615 621 421 – 675 830 745	barrancomorenobicorp@gmail.com	http://casaruralbarrancomoreno.com/	ALOJAMIENTO
CASA RURAL MIRADOR DEL VALLE	670 446 508	airesdelcaroche@gmail.com	https://www.facebook.com/miradordelvallecasarural/	ALOJAMIENTO
BAR RESTAURANTE LA PISCINA	648 701 979 - Roberto	barlapiscinabicorp@gmail.com	https://www.facebook.com/pages/category/Tapas-Bar---Restaurant/Bar-Restaurante-La-Piscina-Bicorp-2852907738267555/	RESTAURANTE
RESTAURANTE RÍO CAZUMA		restauranteriocazuma@gmail.com	https://www.facebook.com/restauranteriocazuma/	RESTAURANTE
BAR AVENIDA	962 269 247 – 666 888 355		https://www.facebook.com/bicorpbaravenida/	RESTAURANTE
MILLARES				
ALBERGUE RURAL	962 519 078 - 649 626 819	albergue@terramillares.com	https://www.facebook.com/Albergue-rural-de-Millares-1131268526899759/	ALOJAMIENTO
ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ESPACIOS VISITABLES				

Navaesport Turismo Activo (Navarrés)	616 753 516 - Rober	navaesport@gmail.com	http://www.navaesport.com/	EMPRESA ACTIVIDADES
Charm Multiaventura (Anna)	644 848 788 - Julio	info@multiaventuracharmalicante.es	https://multiaventuracharmalicante.es/	EMPRESA ACTIVIDADES
Giramondo Agencia de Viajes	962 252 524	viajesgutierrezcunat@gmail.com		AGENCIA DE VIAJES
Arq&volta Patrimoni i Societat	605 14 12 72 - Trini	info@arquivoltaps.com	http://arquivoltaps.com/es/?fbclid=IwAR3wSAE5QLtvDqY37GGebFXvKwv11eX3Lyz2jhSWHS-9b4o2vfPJTl6jTIs	EMPRESA ACTIVIDADES
Almazara Barcha	661 747 203	almazarabarcha@gmail.com	https://almazara-barcha.negocio.site/	ESPACIO VISITABLE
Almazara Pepe Ginia	605 997 811	info@almazarapepeginia.com	https://almazarapepeginia.com/	ESPACIO VISITABLE
Centro de interpretación del patrimonio ecomuseo de Bicorp	96 226 94 03	info@ecomuseodebicorp.com	http://www.ecomuseodebicorp.com/	ESPACIO VISITABLE
Visita abrigo de los chorradores de Millares (visitas con cita previa)	962 51 90 00			ESPACIO VISITABLE
Museo de Millares (visitas con cita previa)	96 251 90 00			ESPACIO VISITABLE
Palacio de los condes de Cervellón Anna (visitas con cita previa)	616 551 877 / 96 221 01 36			ESPACIO VISITABLE