

ANEXO 0

Especificaciones de la actividad denominada “productos turísticos optimizados” y resumen general del proyecto Discover Duero Douro

Especificaciones para la realización de la actividad “productos turísticos optimizados”

Una vez establecida la propuesta de valor del destino Duero Douro realizada en una fase previa del proyecto, es necesario definir la creación de la cartera de productos con que se presentará y posicionará en el mercado. Se trata de poner de manifiesto sus valores identitarios y patrimoniales, características que lo diferencian en tanto destino turístico y lo hacen único y singular para la demanda. Es preciso construir una cartera de productos diversificados (aunque centrados y dirigidos al público objetivo y mercados prioritarios definidos en el “análisis oferta demanda” que se facilitará al adjudicatario junto al “informe de propuesta de productos transfronterizos representativos de la cadena de valor” surgido de las opiniones recogidas en cinco focus group ya celebrados) y de alto valor añadido en lo que respecta a la calidad e integralidad de la experiencia turística que pretenden proporcionar.

La construcción de la cartera de productos del destino Duero-Douro se establecerá atendiendo a los productos actuales que el territorio ofrece (cuyo estudio realizará otro de los socios del proyecto), los productos turísticos definidos en el proyecto y los productos turísticos nuevos e innovadores que puedan posicionar al destino a la vanguardia por su oferta y diferenciado por su alto valor emocional y experiencial.

En cuanto al diseño y paquetización de los productos, dos de los cuales se definirán en esta contratación, tal y como se ha indicado anteriormente se deberá tener en cuenta:

- La identificación, diseño y paquetización de dos productos o rutas.
- El conocimiento y la potenciación de los productos turísticos ya existentes.
- La construcción de esos nuevos productos en base a los informes que recogen las opiniones de una amplia muestra de personas y empresas que han participado en los Focus Group.
- La creación de nuevos productos, con carácter novedoso e innovador, especialmente pensados para dar cuerpo y visibilidad a la propuesta de valor, teniendo muy en cuenta los aspectos definidos en el informe como por ejemplo el vino, el románico y el turismo cultural, las áreas protegidas, o el turismo de salud.

Al ser líderes desde la FSMRPH, solicitamos que la empresa adjudicataria intente estar al corriente de los otros productos y acciones encomendadas a otros dos socios en este mismo sentido para intentar no coincidir y en la medida de lo posible facilitar posteriormente la información para unificar y colaborar con la validación de estos mismos productos transfronterizos que, en una cuarta fase del proyecto deberá ser validada por los agentes de la cadena de valor (muy especialmente los minoristas y mayoristas que podrán incluirlos en su propia oferta), mediante grupos focales de discusión.

Breve resumen del proyecto

El proyecto Discover Duero Douro se enmarca dentro de un Interreg V A España- Portugal (Poctep): Cooperación para la consolidación del espacio transfronterizo Duero-Douro como destino turístico de excelencia

Socios: Fundación Santa María la Real del Patrimonio Histórico FSMRPH (socio líder), Agrupación Empresarial Innovadora para la Construcción Eficiente AEICE, Asociación Ibérica de Municipios Ribereños del Duero AIMRD, Junta de Castilla y León JCYL, Ayuntamiento de Zamora AYO ZA, Comunidade Intermunicipal das Terras de Tras-os-Montes CIM-TTM, Comunidade Intermunicipal do Douro CID, Associação de Municipios do Douro Superior AMDS.

Presupuesto total: 1.070.894,75€ de los cuales el 75% está cofinanciado por el FEDER a través del Programa de Cooperación Transfronteriza España-Portugal (POCTEP) Interreg V-A.

- Objetivo: Establecimiento de las condiciones necesarias para la presentación, posicionamiento y reconocimiento del espacio transfronterizo Duero-Douro como destino turístico de excelencia, basados en experiencias innovadoras y singulares asentadas en su patrimonio natural y cultural como elemento diferenciador, de identidad y de posicionamiento.