



## Case Study

**Empresa**  
TEMPS D'INTERIOR

**País**  
ESPAÑA

**Ejemplo Español de**  
CLUB DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

**Pàgina Web**  
<https://tempsdeinterior.com/>




Club de producto de alojamientos y restaurantes de interior de la Comunidad Valenciana, Conselleria de Turisme y la asociación empresarial Temps. Comunidad Valenciana (España)

TEMPS reúne la mejor oferta para disfrutar de los alojamientos más especiales y de la gastronomía y experiencias más auténticas en el interior de la Comunidad Valenciana.





## ¿CÓMO ES DE **INNOVADOR** SU PRODUCTO O SERVICIO? ¿QUÉ VACÍO CUBRE EN EL MERCADO?



El turismo de interior mejora cada año. En cuanto a la ocupación del turismo rural a nivel nacional, según los datos del INE, los establecimientos Temps tienen una media de ocupación superior, llegando a un 30% más. Mientras, a nivel regional, los establecimientos Temps también tienen una ocupación media superior al resto de establecimientos del interior de la Comunidad Valenciana.

El turismo de interior mejora cada año. En cuanto a la ocupación del turismo rural a nivel nacional, según los datos del INE, los establecimientos Temps tienen una media de ocupación superior, llegando a un 30% más. Mientras, a nivel regional, los establecimientos Temps también tienen una ocupación media superior al resto de establecimientos del interior de la Comunidad Valenciana.

Temps de interior, formada por un total de 65 socios entre alojamientos, restaurantes y empresas de experiencias, continúa este año con nuevas acciones para seguir apostando por un turismo de calidad y sostenible, que contribuya a garantizar una ocupación media durante todo el año del turismo de interior. Esta iniciativa cubre una necesidad de mercado como es la oferta de un conjunto de experiencias turísticas en el medio rural de la Comunidad Valenciana.

Se ofrece al cliente un conjunto de propuestas en el medio rural en un único catálogo y página web, con una calidad homogénea y con garantía de buen servicio.

99  
Temps cuenta actualmente con 410.000 socios del club de fidelización, sus establecimientos están 20 puntos por encima del índice de ocupación de los alojamientos rurales de la Comunidad Valenciana y la marca Temps empieza a posicionarse como una opción de consumo de productos rurales en el mercado local.



## CÓMO EMPEZAR Y PASOS A SEGUIR



### La necesidad

Tras la conceptualización del club de producto, tanto la Conselleria, como propietaria de la marca, como la asociación de empresarios necesitaban desarrollar un plan de comercialización del club.

### La solución

Un plan de marketing para el club basado en el documento de conceptualización. Este plan trabaja en el desarrollo de acciones de comunicación, representación y comercialización del club tanto a clientes finales como a intermediarios. Se realizan acciones de relaciones públicas, representación en ferias, visitas comerciales a operadores especializados, acuerdos con entidades colaboradoras, etc. La dirección realiza un seguimiento del club para asegurar el mantenimiento de sus niveles de calidad, así como la realización de auditorías de acceso. También se buscan acuerdos de colaboración con entidades patrocinadoras, empresas colaboradoras, etc.

## ¿Había alguna Red, Colaboración o Apoyo que le ayudara en su viaje?



La creación de un club de productos implica una importante labor de marketing. Cada empresa está centrada en la gestión de su propio negocio y es difícil que alguna de ellas se implique plenamente en la elaboración de un plan de marketing y su ejecución.

En este caso, el gobierno regional colabora de dos maneras:

- Con apoyo financiero
- Con promoción y publicidad gratuita

La ayuda financiera es utilizada por el club para subcontratar una agencia de marketing turístico experta. Esta empresa ejecuta este plan realizando tareas como la actualización de la página web, contenidos de marketing digital, presentación del club en ferias nacionales e internacionales, etc.

La promoción y publicidad gratuita es una colaboración que ofrece el gobierno regional a las empresas registradas en turismo que cumplan con toda la normativa vigente. Estas son: Inserción en publicaciones on y off line y presentación del club en importantes ferias de turismo, dentro del destino Comunitat Valenciana.

## ¿Qué Éxito ha tenido?



Los datos recogidos por Temps en base a los alojamientos que forman parte del club indican que el turismo de interior ha seguido fortaleciéndose en el último año. El grado de ocupación medio en 2021 fue del 54,4%. Esto ha supuesto un incremento del 3% respecto al año anterior y, en relación a la ocupación del turismo rural a nivel nacional según los datos del INE, los establecimientos de Temps tienen una ocupación media superior, llegando a un 30% más. Mientras, a nivel regional, los establecimientos Temps también tienen una ocupación media superior al resto de establecimientos del interior de la Comunidad Valenciana.

El precio medio por persona alcanzó los 58 euros en 2021, lo que supone un incremento del 5% respecto a 2020, y comparado con el precio medio a nivel nacional, supone una diferencia de más de 25 euros. En cuanto a las pernoctaciones, se han superado las 112.000, lo que representa el 35% del total de pernoctaciones en el interior de la Comunidad Valenciana.

Todas estas cifras, junto con los 6.524.000 euros de beneficios de los establecimientos Temps en 2021, indican el mayor posicionamiento del turismo de interior en Valencia.