

CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

DOCUMENTO RESUMEN

Fuente:

Manual del Club de Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas.
Turespaña, 2009



ECOTONO, Equipo Consultor en Medio Ambiente, Turismo y Desarrollo



ÍNDICE

1. El club de producto turístico	1
1.1. ¿Qué es un producto turístico?	1
1.2. ¿Qué es un club producto turístico?	1
2. El Club de Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas	3
3. ¿Qué es y en qué consiste el producto turístico reservas de la biosfera españolas	3
4. El funcionamiento del Club de Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas	6
4.1. Atributos del producto turístico reservas de la biosfera españolas	6
4.2. Requisitos de los elementos del Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas	8
4.3. Modelo y estructura de gestión	21
5. El itinerario de implantación del club. Funciones de los actores implicados	24
6. La formación para implantar el Club de Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas	28
7. La promoción del club	30
8. La financiación del club	32
9. Puntos clave para el éxito del club de producto	35



1. EL CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO

1.1. ¿QUÉ ES UN PRODUCTO TURÍSTICO?

Un producto turístico es una experiencia singular que:

- Está compuesta por uno o varios componentes tangibles e intangibles
- Se desarrolla en un territorio (destino turístico)
- Integra el punto de vista del consumidor, sus motivaciones y los beneficios esperados
- Es percibida por los potenciales visitantes como una experiencia posible y disponible
- Es accesible mediante pago de un precio

1.2. ¿QUÉ ES UN CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO?

Un club se define generalmente como una sociedad formada por un grupo de personas con intereses comunes y dedicada a actividades de distinta especie, principalmente recreativas, deportivas o culturales. Sin embargo, el concepto de club es más amplio

- **Un conjunto de servicios turísticos organizados.**
El producto turístico se articula y se puede vender cuando se consigue integrar la oferta turística y vincularla a los recursos del destino turístico para que el resultado sea una experiencia satisfactoria para el turista. Esto sólo es posible si se cuenta con la voluntad de los empresarios y del resto de actores implicados en la gestión de los recursos sobre los que se desarrolla la actividad turística. Los empresarios se unen para proporcionar los servicios de forma integrada.
- **Un aval o garantía para el turista consumidor de servicios prestados por el club.**
Para diferenciar el producto turístico es necesario definir unos atributos y requisitos, son los que otorgan credibilidad y garantía a la experiencia. El método club de producto es un sistema de garantía compartida para los responsables de cada elemento que forma el producto, y también para los consumidores.
- **Una asociación de empresarios que proveen los servicios turísticos seleccionados:**
Los empresarios que en un territorio compartan determinados recursos, que son susceptibles de formar parte de la oferta, pueden agruparse en torno a una estructura al usar esos recursos o al estar ubicados en un destino turístico claramente delimitado, al cumplir con ciertos requisitos que diferencian su oferta, y al compartir las características intrínsecas del destino que confieren especificidad al producto. La agrupación de los empresarios es también el club, en la medida que se configure una estructura de gestión.
- **Un método para el planificador:**
Un club de producto es una herramienta que permite organizar y estructurar todos los servicios necesarios para poder desarrollar un producto turístico con garantías de éxito y

entidad propia, que proporcione una satisfacción al turista por encima de la simple suma de los servicios que consuma durante su estancia en un destino.

Por tanto, un club de producto es fundamentalmente una **alianza estratégica entre prestadores de servicios turísticos e instituciones gestoras** de los recursos en los que se basa el producto, para desarrollar de manera conjunta un **producto turístico**

METAS DEL CLUB DE PRODUCTO

- **Integrar** en un mismo proyecto diferentes servicios y productos en torno a un tema específico que define al club.
- **Formar** a los proveedores de los servicios turísticos para proporcionar una experiencia única a los turistas.
- Presentar al mercado un **producto garantizado** desarrollado a partir de un tema concreto singular.
- Desarrollarse en un territorio o territorios en los que el tema que identifica el club forma parte de la identidad del mismo.
- Ser la base para realizar una **promoción especializada**.
- Mejorar los **resultados comerciales**.
- Contribuir al **desarrollo sostenible**.



2. EL CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

Es una iniciativa de la Secretaría de Estado de Turismo (SET) que pretende establecer un método para crear un producto turístico diferenciado por su ubicación en una selección de territorios, la Red de Reservas de la Biosfera Españolas, donde es posible conocer y disfrutar el patrimonio natural modelado por las actividades humanas y las singulares muestras de patrimonio etnográfico.

Sus principales características son:

- Se fundamenta en un tema concreto y común que es el que articula y organiza el producto. En este caso las reservas de la biosfera como lugares donde interpretar las relaciones del hombre con la naturaleza.
- Tiene una metodología de implantación y gestión común consensuada y aprobada por los actores principales, que se centra en un manual de producto, unos requisitos de adhesión específicos para cada uno de los elementos que componen el producto (subsectores turísticos), un procedimiento para la implantación del club, y un modelo único de gestión, con capacidad para adaptarse a las situaciones locales.
- Se basa en el consenso y en la libre aceptación de las normas por todas las partes interesadas: participantes actuales, participantes potenciales, agentes vinculados.
- Dispondrá de una unidad de gestión para el desarrollo de la actividad.

3. ¿QUÉ ES Y EN QUÉ CONSISTE EL PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

Es una experiencia turística singular y diferenciada que facilita una lectura sensorial de las relaciones entre el hombre y los paisajes de la reserva con elementos tangibles e intangibles, y va dirigido a captar turistas interesados en conocer y disfrutar paisajes con un elevado grado de conservación, donde el hombre ha sido protagonista en su creación y conservación, mediante servicios turísticos básicos y complementarios, la interpretación de estos paisajes y su evolución por efecto de las actividades humanas, y el consumo de productos locales generados por actividades productivas ligadas a su patrimonio más singular.

La esencia y el factor diferencial del producto turístico reservas de la biosfera españolas ha de buscarse en un modo innovador de comunicar el significado de las reservas, mediante la participación de los empresarios de turismo y la población local en un producto que propicie la conexión entre turista y habitante.



El producto se construye con:

- **El patrimonio natural y cultural** mejor conservado, más singular y con mayor nivel de gestión activa en la comarca.
- **Los mejores equipamientos** de uso público (centros de interpretación, senderos, miradores, museos temáticos).
- **La oferta turística privada seleccionada** (alojamiento, restauración, actividades complementarias, tiendas especializadas, industria agroalimentaria con visitas).
- **Los servicios guiados para interpretar el patrimonio**, apoyados en equipamientos y en la población local que muestre sus actividades (agrícolas, ganaderas, forestales, artesanales), fiestas tradicionales o actividades de educación ambiental, investigación, voluntariado, etc.

En cada reserva de la biosfera el producto turístico se sustentará sobre su patrimonio más singular, dando lugar a **modalidades turísticas muy diversas, desde la simple visita a un equipamiento de uso público, tipo centro de interpretación y la estancia en un alojamiento rural, hasta la visita a un productor local** relacionado con el paisaje de la reserva (ganadero, agricultor, artesano).

El Club de Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas pretende **facilitar un sistema de compensaciones y contrapartidas a los empresarios** que se adhieren al club, contrapartidas en pago de sus compromisos por mejorar la sostenibilidad de sus negocios.



RESULTADOS ESPERADOS

- Oferta de experiencias emotivas y sensoriales a los turistas.
- Desestacionalización: captar nueva demanda.
- Diversificación y diferenciación: productos turísticos experienciales diseñados conforme a mercado y participados por empresarios seleccionados.
- Mejora de la sostenibilidad y competitividad de las empresas del club.
- Reequilibrio territorial: agrupación de territorios rurales en torno a un mismo tema para su desarrollo sostenible.
- Creación de un marco de intervención común para la Administración General del Estado (AGE), las comunidades autónomas, las entidades locales y el sector privado en un ámbito demostrativo como es el de las reservas de la biosfera españolas.
- Disponibilidad de un método compartido que genere resultados prácticos en la contribución al desarrollo sostenible de la Red de RBE.
- Mejora de las cifras de negocio del turismo rural.
- Mejora de la imagen de las reservas de la biosfera.
- Sensibilización de los turistas.
- Mejora de la participación de la población local en la reserva.
- Contribución al cumplimiento de la Estrategia de Lanzarote y del Plan de Acción de Madrid.

4. EL FUNCIONAMIENTO DEL CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

El club hace una distinción entre los **atributos** que caracterizan al producto en su conjunto y le diferencian de otros productos (turismo activo, etc); y los **requisitos** que deben cumplir cada uno de los elementos o proveedores de servicios turísticos para pertenecer al club.

Los **atributos** sirven para orientar a los empresarios y a los gestores a la hora de diseñar las modalidades turísticas que puedan configurarse con los empresarios adheridos al club.

Los **requisitos** son lo que diferencia a cada una de las empresas que forman parte del club. Su cumplimiento o su grado de compromiso adoptado en el correspondiente plan de mejora les permiten adherirse al club.

4.1. ATRIBUTOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

Los atributos del producto turístico reservas de la biosfera españolas son:

- **Singularidad:** los recursos en los que se base el producto turístico serán **singulares e ilustrativos del patrimonio de la RB**, y significativos en relación con la imagen de identidad de la misma, a la vez que puedan proporcionar una vivencia y una experiencia particular a los usuarios.
- **Especialización y diferenciación:** el producto desde ser diferente de otros productos al facilitar una experiencia lúdica e interpretativa basada en comunicar emociones y la esencia de la reserva.
- El producto debe **ilustrar la forma actual de relación del hombre con los recursos naturales o culturales de la reserva**, de acuerdo con el plan de gestión de la RB o el Plan de Acción de la misma, y sin causar impactos ambientales negativos sobre el patrimonio de la reserva. Deberá **usar la interpretación del patrimonio como herramienta de comunicación** integrada en el producto. Debe ser una experiencia turística basada en comunicar la relación entre el hombre y los paisajes de la reserva a **través de servicios turísticos concretos** que conforme una parte importante del producto turístico.
- Debe **contribuir expresamente al desarrollo económico de la población de la RB** participando de ese modo en la finalidad de desarrollo de la RB y reforzándola.
- **Se adecuará al tipo de productos y productores (recursos humanos) existentes en cada reserva de biosfera.** Es decir, que cada reserva deberá ofrecer las modalidades turísticas del producto a partir de las empresas turísticas disponibles en su territorio.
- La iniciativa del club de producto se difundirá entre las empresas y la población manifestando claramente las ventajas y compromisos que supone.
- El eje para definir el producto debe ser la reserva de la biosfera, su patrimonio y su

gestión, incorporando las necesarias aportaciones de distintos servicios y productores turísticos y otras empresas locales para proporcionar una unidad coherente que puede ser consumida como una experiencia completa.

- Las características del producto y los contenidos informativos e interpretativos se adecuarán al tipo de consumidores previsto, pudiendo ofrecer varios niveles de profundidad con respecto a la interpretación que se haga de los recursos, ajustados a las necesidades y preferencias de la demanda.
- El diseño del producto debe tener en cuenta las tendencias de la demanda turística y también la demanda de sectores específicos no masivos, pero que supongan un mercado interesante a la escala de la economía local.
- La duración de los productos debe adecuarse a las características de éstos y de la demanda, de forma que permita apreciar los contenidos que se han tenido en cuenta en el diseño.
- El proceso de creación del producto debe proponer las modalidades de consumo del producto más idóneas: paquetes cerrados para su comercialización por TT.OO, y modalidades que puedan ser auto configuradas por los propios turistas usando la información destacada en los medios de promoción (web, guías, catálogos).
- Se establecerán requisitos de adhesión al club que garanticen calidad, sostenibilidad y relación de la empresa con la RB. Los requisitos considerarán los instrumentos de calidad y sostenibilidad de productos turísticos existentes o en proceso de aplicación en cada territorio y por los distintos sectores empresariales.
- El producto reservas de la biosfera españolas no es una nueva marca, ni un sello de calidad, sino un sistema que pretende garantizar un producto turístico que proporcione vivencias a un turista y que contribuya al desarrollo local sostenible.
- Deberá contar con la aprobación y el apoyo del órgano gestor de cada RB. Dicho apoyo debe quedar reflejado expresamente en un documento que acredite tal aprobación.
- El producto debería implantarse en cada territorio aprovechando el marco financiero existente.
- El PTRBE sólo se pondrá en marcha en aquellas RB que manifiesten su disposición a ejecutar el proceso y que cuenten con suficiente personal técnico para llevarlo a cabo.



4.2. REQUISITOS DE LOS ELEMENTOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

El Club de Producto Reservas de la Biosfera se basa en un sistema de requisitos que afectan a ambos componentes principales, de tal forma que su cumplimiento se traduzca en beneficios mutuos, tanto para el gestor de la reserva, como para los empresarios.

Los requisitos han sido formulados para diferenciar el producto según el enfoque del club. Se han elaborado para todos los componentes del producto, y se ha diferenciado entre *obligatorios* y *recomendados*, con el fin de asegurar el cumplimiento de un mínimo denominador común para el producto al cumplir los obligatorios, y proponer futuras mejoras al poder ir cumpliendo los requisitos recomendados. Se plantean requisitos mínimos sobre la calidad de la oferta -sin pretender ser un manual de calidad, pues ya existen sistemas específicos- y otros, centrados en orientar a cada subsector para tematizar su oferta con respecto a la reserva de la biosfera.

Se han diseñado requisitos para:

- Reservas de la Biosfera
- Sector turístico empresarial (alojamientos, restaurantes, empresas de actividades, tiendas especializadas e industrias agroalimentarias)

No se han diseñado requisitos específicos para los artesanos y los productores primarios, pues el club de producto los integra como componentes a través de las tiendas de productos locales. En el caso de los productores primarios también pueden participar en la interpretación que ofrezcan las empresas o equipos de guías de la reserva.

RESERVAS DE BIOSFERA

Para los gestores de las reservas de la biosfera se identifican los requisitos que la reserva debe cumplir para entrar en el club, y los compromisos que debe llevar a cabo de forma práctica para proporcionar beneficios a las empresas que se adhieran al club.

Requisitos

REQUISITOS DE LAS RESERVAS DE BIOSFERA		
Requisitos	Obligado	Recomendado
Tener un plan de acción, o instrumento similar (PRUG, programas de uso público ejecutándose)	X	
Recursos humanos específicos y una oficina de gestión	X	
Procedimiento de comunicación con población y empresarios del club: Base de datos de empresas participantes		X
Equipamientos de uso público mínimos: 1 centro de recepción con punto de información	X	
Publicaciones: material básico informativo sobre la RB (mapa, folleto general), sendero básico, material básico interpretativo (folleto autoguiado)	X	
Servicios interpretativos en la RB (personal propio, concesiones, autorizaciones empresas debidamente formadas)	X	
Señalización básica de la RB (en las entradas de la RB)	X	
Sistemas de calidad de los servicios de uso público (ISO, SCTE UNE 187002, MACT, SICTED)		X
Sistemas de gestión medioambiental (EMAS, ISO 14.001)		X

Compromisos

La reserva de la biosfera deberá llevar a cabo los siguientes compromisos una vez adherida al club:

- Facilitar de forma sistemática información básica de la reserva a las empresas del club (ej: folletos básicos, mapa, etc.)
- Facilitar los resultados de estudios de visitantes a las empresas adheridas al club (ej: estadística de visitas)
- Seleccionar preferentemente a empresas adheridas al club en acciones formativas impartidas por la reserva
- Ofrecer participación a las empresas adheridas en actividades de la reserva (acciones de conservación, restauración ambiental, voluntariado, educación ambiental, celebración de eventos, etc.)
- Promoción específica de empresas del club en equipamientos de uso público de la reserva (puntos de información) y en sus materiales promocionales (folletos informativos, guías de servicios turísticos)
- Realizar 1 jornada de difusión sobre la reserva al año (ya sea dirigida a distintos colectivos y población), sobre cualquier tema de interés para la reserva de la biosfera.
- Liderar la estructura de gestión del club a nivel local (comité local), conjuntamente con otros actores

SECTOR TURÍSTICO EMPRESARIAL

En la mayor parte de las comunidades autónomas se han implantado sistemas de calidad que aseguran el cumplimiento de los requisitos básicos; además en algunas se dispone de sistemas tipo clubes que sirven para asegurar el cumplimiento de parámetros de calidad. En este sentido el Club de Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas no ha pretendido volver a recordar los requisitos de calidad que ya establecen otros sistemas, sino que se centra en los requisitos que sirven para relacionar el establecimiento con la reserva.

Requisitos

Se han elaborado requisitos para:

- Alojamientos
- Industrias agroalimentarias
- Tiendas especializadas
- Restaurantes
- Empresas de actividades complementarias

A continuación se muestran los requisitos para cada tipología:

REQUISITOS DE LOS ALOJAMIENTOS			
Ámbito / Área	Requisito	Obligado	Recomendado
Requisitos de apertura	Estar registrado en el Registro Oficial de Turismo de su CA	X	
Localización geográfica	Licencia fiscal en municipios con terrenos en la reserva de la biosfera	X	
Sistemas de Calidad (si tienen sistemas de calidad o similares cumplirían de sobra algunos de los requisitos que vienen a continuación)	Q de calidad, ISO 9001, SICTED, MACT, Marcas Autonómicas (Marca Parque Natural) o clubes de producto autonómicos que incorporen requisitos de calidad y/o ambientales.		X
Ubicación y accesos	Señalización del establecimiento en el propio edificio	X	
	Espacio para aparcamiento		X
	Accesibles para discapacitados		X
Sistema de contacto y reservas	Sistema de atención telefónica	X	
	Conexión a Internet		X
	Pago con tarjeta		X
	Personal con idiomas		X
Personal	Formación continua y adecuada sobre turismo		X
Promoción / comercialización	Elementos de promoción propios (web del establecimiento)		X
	Figurar en guías o espacios web		X

REQUISITOS DE LOS ALOJAMIENTOS			
Ámbito / Área	Requisito	Obligado	Recomendado
	Material informativo propio sobre su establecimiento (folleto, tarjeta). En caso de no tener se sustituye por la Web propia	X	
	Participación en eventos relacionados con la RB		X
Edificio o infraestructura	Elementos decorativos relacionados con la RB		X
	Edificio bien conservado y en buenas condiciones de limpieza, tanto interiores como exteriores		X
	La edificación es adecuada a la arquitectura popular de la RB		X
Espacio común para informarse sobre la RB	Espacio reserva de la biosfera apto para lectura, biblioteca, videos.		X
	Dispone de Zona wifi		X
Relación con su reserva de la biosfera	Da información sobre la RB a los clientes, y sobre la comarca, su patrimonio y su oferta	X	
	El personal del establecimiento está formado sobre la RB		X
Mejoras en comportamiento medioambiental	Seguimiento de consumos (agua, energía...)	X	
	Aplica medidas de ahorro de agua y de eficiencia energética	X	
	Gestión de residuos		X
	Tiene una política de compras verdes		X
	Da formación ambiental a empleados		X
	Aplica Sistemas de gestión medioambiental: EMAS, ISO 14001		X
	Tiene sellos de sostenibilidad: CETS, RSC, ITR		X
Comunicación	Marcas de procedencia territoriales: Marca Parque Natural o similar		X
	Establecimiento comunica a sus clientes las medidas que está tomando a favor de la sostenibilidad (información oral, escrito, en su web, en carteles colocados al efecto)	X	
Apoyo desarrollo local	Contrata personal local		X
	Compra productos locales para el abastecimiento de su establecimiento	X	
	Dar información sobre productos locales de la RB	X	
	Contribuye a proyectos de conservación, restauración		X
	Apoyar causas locales (donaciones a ONGs, programas de voluntariado)		X
Asociacionismo	Empresario pertenece a alguna asociación turística		X
Seguimiento	Realiza seguimiento de sus repercusiones sobre el desarrollo sostenible (empleo)		X
	Realiza seguimiento de sus clientes y coopera en el seguimiento de la afluencia de la RB	X	

REQUISITOS DE LAS INDUSTRIAS AGROALIMENTARIAS			
Ámbito / Área	Requisito	Obligado	Recomendado
Disponibilidad de los requisitos de apertura y funcionamiento	Registro de Industrias Agroalimentarias	X	
	Altas en los epígrafes adecuados en Hacienda	X	
	Dado de alta como centro de trabajo	X	
Abierto al público	Ser visitado en un horario concreto	X	
Sistema de control de la calidad de producto	Sistema de inspección certificada	X	
	Acogido a la normativa de cualquiera de las Denominaciones de Origen correspondientes en el caso de estar en alguna (valen también las de Identificación Geográfica Protegida)	X	
Calidad ecológica certificada	Certificado de producción ecológica		X
Prevención de riesgos sanitarios	Recorrido con exposición mínima de los visitantes a riesgos		X
	Vestimentas especiales para los visitantes		X
Prevención de accidentes	Sistema certificado de Prevención de Riesgos Laborales	X	
	Sistema de prevención de accidentes para visitantes		X (existencia de suelos antideslizantes)
Sistemas de calidad certificada	Calidad ISO 9000		X
	Calidad ISO 14000		X
Ubicación y accesos	Señalización indicadora en el establecimiento		X Identificativo visible de la industria en fachada de acceso
	Espacio de aparcamiento para visitas		X
	Sistemas de acceso al establecimiento accesibles		X
Espacios para uso de visitantes	Se encuentra perfectamente limpio	X	
	Dispone de espacio de recepción		X Espacio específico
	Acceso a aseos		X Son de uso común Uso exclusivo para visitantes
	Sistemas de acceso visual a diferentes espacios donde se procesa el producto		X (según tamaño de las ventanas)
Sistema de contacto, reservas y compra de productos	Adecuado sistema de atención telefónica	X	
	Página web		X
	Sistema de reservas a partir de Internet		X
	Cuenta con tienda		X
	Admite pago con tarjeta		X

REQUISITOS DE LAS INDUSTRIAS AGROALIMENTARIAS			
Ámbito / Área	Requisito	Obligado	Recomendado
	Personal con idiomas		X
	Protocolo para la recepción de visitantes		X
Servicio de las visitas	Personal específico que tenga asignada la función de guía de los visitantes	X	
	Especialidad del personal asignado		X
	Nivel de formación sobre guía de grupos, interpretación		X
Promoción/ comercialización	Elementos propios para la promoción		X
	Figura en guías o espacios web ajenos		X
	Placa identificativa de su pertenencia al Club de Producto	X	
	Utiliza el recurso reserva de la biosfera para la promoción de sus producciones		X
	Información		X
Equipamiento	Existen elementos decorativos relacionados con la reserva de la biosfera		X
	Espacio acondicionado para actividades relacionadas con la RB como catas, degustaciones o cursos		X
Personal	Formación y conocimientos específicos sobre la reserva de la biosfera		X
Comunicación	Comunica a sus clientes las medidas adoptadas a favor de la sostenibilidad (oralmente, por escrito, carteles, en su web)	X	

REQUISITOS DE LAS TIENDAS ESPECIALIZADAS			
Ámbito / Área	Requisito	Obligado	Recomendado
Disponibilidad de los requisitos de apertura y funcionamiento necesarios	La empresa posee licencia de apertura	X	
	El establecimiento dispone de las correspondientes altas en los epígrafes aplicables en Hacienda	X	
	Está dado de alta como centro de trabajo y sus trabajadores en las condiciones laborales exigidas por la normativa vigente	X	
	El establecimiento cumple con las normas higiénico-sanitarias aplicables	X	
Localización geográfica	El establecimiento se encuentra situado en los municipios que aportan terrenos a la RB	X	
Ubicación y accesos	Dispone de acceso rodado hasta el establecimiento	X	X

REQUISITOS DE LAS TIENDAS ESPECIALIZADAS			
Ámbito / Área	Requisito	Obligado	Recomendado
	Dispone de señalización indicadora		<p>X</p> <p>Dispone de identificativo visible del establecimiento en fachada</p> <p>Dispone de señalización orientativa de acceso al establecimiento</p>
	Dispone de espacio de aparcamiento		<p>X</p> <p>Existe espacio público en las inmediaciones con facilidad para aparcar vehículos (según proximidad y disponibilidad de plazas)</p> <p>Dispone de aparcamiento propio cerrado (relación nº plazas-capacidad de la tienda) o aparcamiento concertado cercano.</p> <p>Permite aparcar autocares en las proximidades</p>
	Dispone de sistemas de accesos para discapacitados		<p>X</p> <p>Según la facilidad y adecuación del acceso</p>
Espacios para los clientes	Se encuentra perfectamente limpio, en óptimas condiciones de mantenimiento	X	
	El espacio de la tienda es amplio y cómodo para los clientes, con buena climatización acorde con el uso y la necesidad del producto		X
	La decoración del establecimiento es adecuada, homogénea y cuidada, y tiene elementos relacionados con la RB		X
	La tienda se encuentra bien ventilada y no se respiran olores desagradables		X
	Dispone de medidas ambientales		<p>X</p> <p>Ahorro energético</p> <p>Ahorro de agua</p> <p>Recogida selectiva de basuras</p>
Sistema de servicios y compra de productos	Cuenta con un adecuado sistema de atención telefónica (Al menos en horario laboral, por una persona autorizada para informar y formalizar comandas)	X	
	Admite pago con tarjeta		X
	Dispone de sistema de entrega de producto en domicilio		X
	Dispone de sistema de venta por Internet		X
	Dispone de capacidad para envasar al vacío		X
	Existe personal que habla correctamente dos o más idiomas		X

REQUISITOS DE LAS TIENDAS ESPECIALIZADAS			
Ámbito / Área	Requisito	Obligado	Recomendado
Personal	Tiene un nivel de formación adecuado sobre la reserva de la biosfera		X
Promoción/ comercialización	El establecimiento dispone de elementos de promoción propios		X Se valorará existencia/calidad de material impreso y de página web
	El establecimiento figura en guías o espacios web ajenos		X
	El establecimiento forma parte de una red de tiendas especializadas		X
	Ofrece degustaciones y/o pruebas a sus clientes	X	
	Facilita información sobre los productos que vende del tipo de origen, tipo, recomendaciones de conservación, gastronomía asociada...		X
	En la tienda ofrece productos complementarios		X
Imagen	Mantiene la placa identificativa de su pertenencia al Club de Producto RBE	X	
	En su promoción utiliza el recurso reserva de la biosfera		X
Generales	Dispone de material informativo que facilita a los clientes sobre visitas o actividades del Club de Producto RBE y/o de sus establecimientos adheridos		X Dispone de material impreso para facilitar al cliente El personal tiene información suficiente para informar al cliente
	Organiza o participa eventos relacionados con la RB		X
Personal	El personal dispone de formación y conocimientos específicos sobre el la RB y otros recursos de la zona (demostrable por horas de formación)		X
Asociacionismo	Pertenece a alguna asociación turística		X
Comunicación	Comunica a sus clientes las medidas adoptadas a favor de la sostenibilidad (información oral, escrito, en su web, en carteles colocados al efecto)	X	
Seguimiento	Realiza seguimiento de sus repercusiones sobre el desarrollo sostenible (empleo)		X
	Realiza seguimiento de sus clientes y coopera en el seguimiento de la afluencia de la reserva de la biosfera	X	

REQUISITOS DE LOS RESTAURANTES			
Ámbito / Área	Requisito	Obligado	Recomendado
Disponibilidad de los requisitos de apertura y funcionamiento necesarios	El establecimiento está registrado como restaurante en su comunidad autónoma	X	
	El establecimiento dispone de las correspondientes altas en los epígrafes adecuados en Hacienda.	X	
	Se encuentra dado de alta como centro de trabajo y sus trabajadores se encuentran en las condiciones laborales exigidas por la ley	X	
Localización geográfica	Se encuentra situado en uno de los municipios incluidos en la RB	X	
Sistema de Q de Calidad, MACT, SICTED	El establecimiento cuenta con el certificado de Q de Calidad o del Modelo de Aproximación a la calidad turística (MACT o SICTED)		X Su posesión excluye la revisión de los requisitos de infraestructura y atención al cliente, satisfechos mientras mantenga la Q
Ubicación y accesos	Dispone de acceso rodado hasta el establecimiento	X	
	Dispone de señalización indicadora		X Dispone de identificativo del establecimiento visible en fachada Dispone de señalización orientativa de acceso al establecimiento
	Dispone de espacio de aparcamiento		X Dispone de espacio público en las inmediaciones con facilidad para poder estacionar vehículos Dispone de aparcamiento propio (o concertado si es inmediato) y cerrado Permite aparcarse autocares en las inmediaciones
	Dispone de sistemas de acceso al establecimiento accesibles para discapacitados		X
Espacios para los clientes	Se encuentra perfectamente limpio, en óptimas condiciones de mantenimiento	X	

REQUISITOS DE LOS RESTAURANTES			
Ámbito / Área	Requisito	Obligado	Recomendado
	El comedor es amplio, bien ventilado, sin olores ni humos	X Se considera así cuando un sistema de ventilación evita la concentración de humo y olores	
	Dispone de espacio de recepción cómodo y previo al acceso al salón comedor		X Dispone de un espacio específico de recepción, con las instalaciones mínimas para atender al cliente y decoración agradable
	La decoración del establecimiento es adecuada, homogénea y cuidada		X
	Si dispone de bar, éste se encuentra separado físicamente del salón comedor		X
	Dispone de sistemas para garantizar el confort térmico en todas las dependencias del restaurante		X
	Puede acoger al menos 5 comensales con gran discapacidad		X
	Dispone de terraza adaptada a comedor		X
Gestión medioambiental	Dispone de medidas ambientales		X Ahorro energético Ahorro de agua Recogida selectiva de basuras
Sistema de contacto y reservas	Cuenta con un adecuado sistema de recepción de reservas telefónicas	X Al menos en horario laboral, por una persona autorizada para informar y formalizar una reserva	
	Admite pago con tarjeta		X
	La carta está disponible en castellano y, al menos, otro idioma		X
	Existe personal que habla correctamente dos o más idiomas		X
Personal	Tiene un nivel de formación adecuado para su función en el restaurante		X
	El personal dispone de formación y conocimientos específicos sobre la RB		X
Promoción/ comercialización	El establecimiento dispone de elementos de promoción propios		X Se valorará existencia/ calidad de material impreso y de página web

REQUISITOS DE LOS RESTAURANTES			
Ámbito / Área	Requisito	Obligado	Recomendado
	En el material o espacio de promoción del establecimiento alberga el logotipo identificativo de su pertenencia al Club de Producto RB		X
	El establecimiento figura en guías o espacios web ajenos		X
	Pertenencia a algún club de producto y/o disponer algún sistema de fidelización		X
Servicio de restauración	El restaurante dispone de carta en la que se incluyen los platos, los precios, el menú y la carta de vinos	X	
	La carta incluye productos locales, menú reserva de la biosfera con productos kilómetro cero	X	
	La carta incluye información sobre productos de agricultura ecológica.		X
	Incluye recetas de gastronomía tradicional		X
	Se facilita información verbal al cliente sobre los platos y las recetas		X
Imagen	Mantiene la placa identificativa de su pertenencia al Club de RB	X Plazo de 12 meses para poner la placa	
	Incluye la imagen del Club de Producto RB en su promoción, material impreso e Internet	X Dispone de 12 meses para incluir la imagen	
Generales	Dispone de material informativo que facilita a los clientes sobre visitas o actividades relacionadas con la RB		X Dispone de material impreso para informar al cliente El personal tiene formación suficiente para informar
	Organiza o participa en eventos relacionados con la RB		X
Edificio	Existen elementos decorativos relacionados con la RB		X
	Se adecua a la arquitectura tradicional		X
Asociacionismo	Pertenece a una asociación turística		X
Seguimiento	Realiza seguimiento de sus repercusiones sobre el desarrollo sostenible (empleo)		X
Comunicación	Comunica a sus clientes las medidas acometidas para el turismo sostenible con información oral o impresa	X	

REQUISITOS DE LAS EMPRESAS DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS			
Ámbito /Área	Requisito	Obligado	Recomendado
Requisitos de apertura y funcionamiento	La empresa posee licencia de apertura	X	
	El establecimiento dispone de las correspondientes altas en los epígrafes adecuados en Hacienda	X	
	Cumplir la legislación autonómica vigente de aplicación a empresas de actividades complementarias, en caso de existir	X	
Actividades de la empresa	Compatibles con la estrategia de turismo sostenible y la normativa de protección del territorio aplicable.	X	
	Se imponen limitaciones de número de participantes o limitaciones temporales para ofrecer actividades en lugares sensibles	X	
	Ofrece parte de sus actividades basadas en el descubrimiento de la Reservas de la Biosfera	X	
	Actividades con posibilidad de adaptación a personas con discapacidad.		X
Seguridad de las actividades y el material	Cuenta con fichas de especificaciones técnicas de cada actividad	X	
	Los materiales que hayan de ser homologados por ley cumplen con esta legislación	X	
	Tiene establecidos unos criterios de calidad para la compra de materiales empleados en las actividades, de acuerdo a su naturaleza y riesgo	X	
	Materiales revisados periódicamente	X	
Localización geográfica de la realización de las actividades	En municipios que cuenten con reservas de la biosfera	X	
Sistemas de Calidad	Q de calidad, ISO 9001, SICTED, MACT, Marcas Autonómicas		X
Sistema de contacto y reservas	Sistema de atención telefónica	X	
	Conexión a Internet		X
	Pago con tarjeta		X
	Personal con idiomas		X
Personal	Titulación exigida por la legislación vigente para el desarrollo de actividades complementarias de turismo	X	
	Formación adecuada sobre tiempo libre, turismo, medio ambiente y primeros auxilios		X
Promoción/ comercialización	Elementos de promoción propios (web de la empresa)		X
	Figurar en guías o espacios web		X
	Material informativo propio sobre su empresa		X
	Eventos relacionados con el tema		X
Infraestructura	Elementos decorativos relacionados con la RB		X
	Espacio acondicionado para la realización de actividades para los clientes		X

REQUISITOS DE LAS EMPRESAS DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS			
Ámbito /Área	Requisito	Obligado	Recomendado
Relación con la reserva de la biosfera	Da información sobre reservas de la biosfera a los clientes	X	
	El empresario comunica a sus clientes las medidas que está tomando a favor del turismo sostenible	X	
	El personal de la empresa está formado expresamente sobre la RB	X	
Mejoras en comportamiento medioambiental	Realiza un seguimiento de los consumos de energía de su establecimiento, vehículos...	X	
	Utiliza medios de transporte de bajo requerimiento energético, adapta las actividades para reducir el consumo energético	X	
	Gestión de residuos		X
	Compras verdes		X
	Da formación ambiental empleados		X
	Sistemas de gestión medioambiental: EMAS, ISO 14001		X
	Tiene sistemas de sostenibilidad: CETS, otros de Responsabilidad Social Corporativa		X
Apoyo desarrollo local	Contrata personal local en su empresa	X	
	Compra productos locales	X	
	Da información sobre productos y establecimientos locales	X	
	Contribuye a proyectos de conservación, restauración		X
	Apoya causas locales		X
Asociacionismo	Pertenece a alguna asociación turística		X
Seguimiento	Realiza seguimiento de sus repercusiones sobre el desarrollo sostenible (empleo)		X
	Realiza seguimiento de sus clientes y coopera en el seguimiento de la afluencia de la RB	X	
Comunicación	Comunica a sus clientes las medidas que está tomando a favor de la sostenibilidad con información oral, escrita, carteles, en su web	X	



Compromisos

Los empresarios que voluntariamente quieran adherirse al club de producto **deberán al menos:**

- Cumplir todos los requisitos obligatorios
- Cumplir el 30% de los requisitos recomendados, seleccionados por ellos mismos en varios bloques
- Redactar un plan de mejora durante el proceso de adhesión donde incorpore otro 20% de los requisitos recomendados, que se compromete a ejecutar durante los próximos tres años.

Además, deberán **formarse** para conocer en profundidad la reserva de la biosfera y cómo contarla a sus clientes, independientemente del tipo de negocio que regenten (turístico, tienda, agroalimentario, artesanal), pues son proveedores de una parte de la experiencia turística y ésta consiste precisamente en descubrir y conocer la reserva (el apartado de formación se amplía en el capítulo 6 de este documento).

4.3. MODELO Y ESTRUCTURA DE GESTIÓN

Se plantean dos niveles de organización del club: **nacional y local**. A nivel nacional ha creado un comité, y a nivel local, es función de cada reserva definir cuál es su estructura de gestión más adecuada.

La estructura del club tiene en cuenta que la **Red de RBE formará un único producto de proyección internacional**, eso sí con las modalidades turísticas que aporte la variedad de la red.

COMITÉ NACIONAL DEL CLUB DE PRODUCTO RBE

COMPOSICIÓN	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Representantes de la Secretaría de Estado de Turismo, que ostentará la presidencia del Comité. • 1 representante del Organismo Autónomo Parques Nacionales (MARM). Será invitado específicamente al Grupo de Turismo Sostenible (GTS de la Mesa de Directores Generales de Turismo). • 4 representantes del Consejo de Gestores de Reservas de la Biosfera. Serán invitados específicamente al Grupo de Turismo Sostenible (GTS de la Mesa de Directores Generales de Turismo). • Los 17 miembros del Grupo de Trabajo de Turismo Sostenible de la Mesa de Directores Generales de Turismo de las comunidades autónomas 	<ul style="list-style-type: none"> • Guiar la aplicación del club, sus objetivos y su hoja de ruta de implantación por parte de las RB. • Revisar el funcionamiento del club de producto. • Revisar los requisitos de adhesión al club de producto y comprobar su contribución a la viabilidad y sostenibilidad de la oferta turística. • Sugerir las acciones de apoyo al club. • Estudiar y proponer instrumentos financieros para acometer las mejoras necesarias para adaptarse a las exigencias que marque el club. • Sugerir instrumentos para la promoción del club. • Informar del seguimiento del club y su implantación. • Aprobar formalmente la adhesión de las reservas, con el informe preceptivo y vinculante del Consejo de Gestores de la Red de RBE sobre el cumplimiento de las tareas previas y los requisitos de entrada de cada reserva, y aprobar formalmente la adhesión de empresas al club, una vez aprobada por los comités locales en cada reserva adherida.

COMITÉS LOCALES DEL CLUB

El ámbito territorial donde operen los comités locales será el definido por los límites de cada reserva de la biosfera, incluyendo los municipios que aportan terrenos a la reserva.

Será responsabilidad compartida entre la administración de cada reserva de la biosfera y la administración turística autonómica, la organización de un comité local y definir su estructura.

Las reservas que ya cuenten con estructuras locales que gestionan la aplicación de marcas locales, deberán aprovechar éstas para asignarles las funciones que este manual plantea para el nivel local de implantación y, por supuesto, las marcas locales se aprovecharán como base para integrarlas en el club RBE.

COMPOSICIÓN TIPO	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ● Gestor de la RB (consejo u órgano regulador de la marca RB cuando ésta exista) ● 1 representante de las entidades locales ubicadas en la reserva ● 1 representante de las empresas turísticas adheridas ● 1 representante de las empresas sector primario adheridas ● 1 representante de las empresas artesanas adheridas ● 1 representante de los Grupos de Acción Local o de otras entidades relacionadas con el desarrollo local (asociaciones, fundaciones, etc.) ● 1 representante de la administración turística autonómica 	<ul style="list-style-type: none"> ● Supervisión de la implantación del club en su RB, contando con el apoyo que pueda dar la SET u otras instituciones para financiar la implantación, colaborando activamente, sobre todo en el caso de que hayan desarrollado sistemas de marca propios y que éstos sean reconocidos. ● Aprobación de la pre-adhesión de las empresas al club, y envío de solicitud al Comité Nacional. ● Contribuir a la captación de empresas al club, y divulgar la iniciativa entre la población local. ● Participar en el Comité Nacional del club, a la hora de revisar el sistema y aportar datos para hacer el seguimiento del club a nivel nacional. ● Contribuir a captar fondos para la aplicación de acciones de soporte o apoyo al club en la medida que puedan recibir fondos o aplicar determinados programas (tipo planes nacionales o autonómicos). ● Crear una imagen del destino como reserva y velar por el buen uso del distintivo propio del club de producto.

5. EL ITINERARIO DE IMPLANTACIÓN DEL CLUB. FUNCIONES DE LOS ACTORES IMPLICADOS

El itinerario de implantación a aplicar en cada reserva de la biosfera marca las actuaciones que hay que realizar para poder construir el producto turístico RBE sobre el territorio.

ITINERARIO DE IMPLANTACIÓN DEL CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

Fase I: Adhesión de la reserva de la biosfera al club

1. Acuerdo de participación y comunicación puesta en marcha del club.
2. Evaluación del patrimonio y su grado de uso turístico actual y potencial.
 - Recursos relevantes y mensajes a comunicar de la reserva
 - Valoración de actividades humanas de la reserva a interpretar y de los recursos humanos
3. Evaluación del uso público de la reserva de la biosfera
 - Caracterización de equipamientos y servicios de uso público y su idoneidad
 - Valoración relación del gestor de la reserva con empresas turísticas
4. Valoración de la oferta turística para componer el producto
 - Tipos de oferta y caracterización
 - Pertenencia a marcas y sistemas de calidad
5. Valoración de la demanda turística actual: identificación de perfiles para modalidades turísticas a configurar con las empresas que se adhieran al club

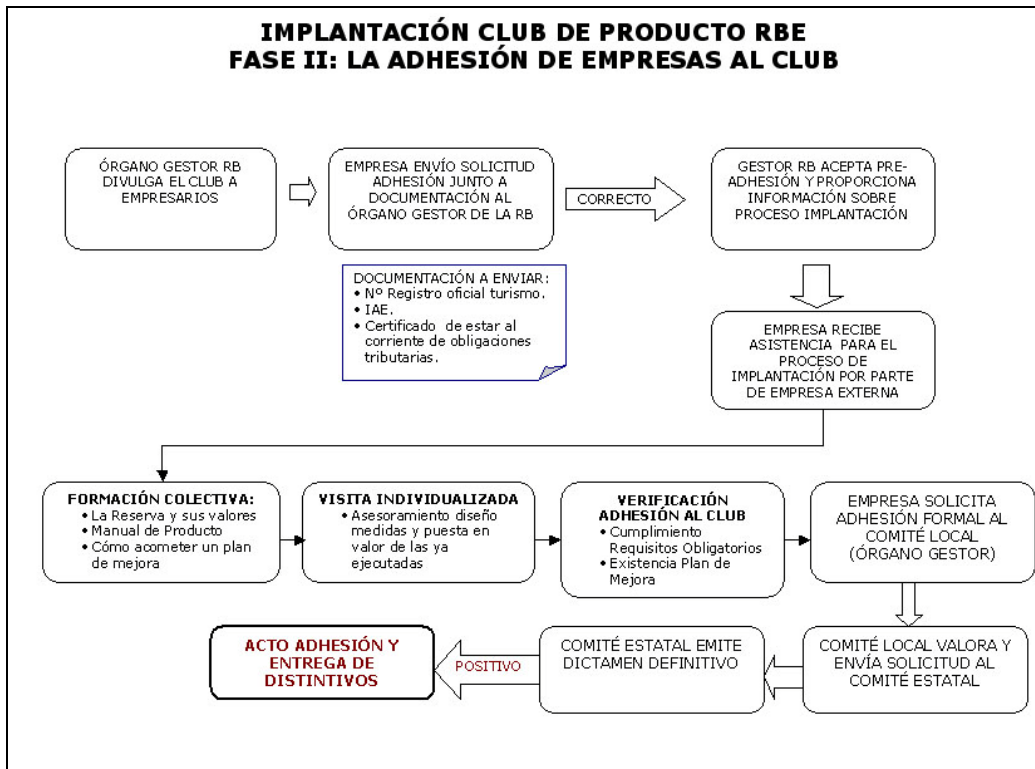
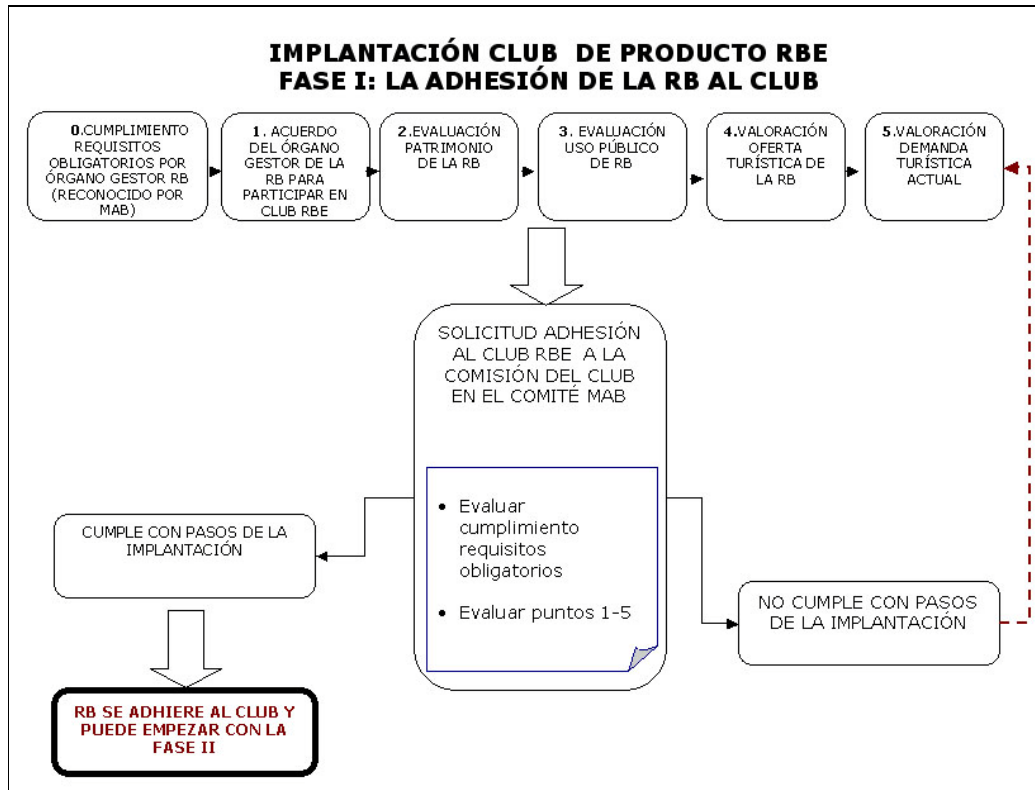
Fase II: Adhesión de las empresas al club

6. Selección previa de componentes del producto: conocer los equipamientos y servicios interpretativos, y establecimientos y servicios turísticos potencialmente idóneos
7. Implantación del club
 - Divulgación y captación de empresas para iniciar su adhesión
 - Formación colectiva sobre el manual del producto (requisitos y procedimientos) y sobre la reserva y sus valores
 - Visita individualizada: revisión de requisitos. Ayuda para elaboración de plan de mejora
 - Verificación adhesión al club al comprometerse con un plan de mejora
 - Entrega de distintivo y acuerdo de adhesión

Fase III: Trabajo entre la reserva de la biosfera y las empresas. Acciones de soporte

8. Conformación de modalidades del producto turístico:
 - Talleres con empresarios adheridos, y gestor de la reserva para definir modalidades del producto turístico. Acuerdo para integrar servicios guiados de la reserva con los servicios turísticos
9. Estructura de gestión del destino: figura jurídica, fines, miembros, plan de gestión
10. Plan de promoción: Acciones a incluir en convenios
11. Plan de comercialización: base de datos de operadores turísticos, bolsas de contratación.
12. Seguimiento y evaluación: renovación de adhesión, seguimiento de repercusiones del producto, satisfacción turistas

ESQUEMAS DE LAS FASES DE IMPLANTACIÓN DEL CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO RBE





RECOMENDACIONES PARA LAS EMPRESAS

El empresario que contemple su incorporación a este club de producto deberá considerar en primer lugar las ventajas y oportunidades así como las obligaciones que ello implica. En esta reflexión son importantes las siguientes cuestiones:

Ventajas y oportunidades

- La Red de Reservas de la Biosfera Españolas agrupa patrimonio variado y es una referencia a nivel mundial por la extensión e importancia de esta figura en España pues es el segundo país con mayor número de reservas después de Estados Unidos.
- Supone pertenecer a una oferta turística organizada y seleccionada por el cumplimiento de requisitos dirigidos a garantizar al turista que su elección es positiva para el desarrollo sostenible de la reserva que visita, habida cuenta de que una reserva de la biosfera es un espacio delimitado geográficamente y regido por normativa ambiental.
- Supone recibir asistencia técnica para mejorar su conocimiento de la reserva y sobre cómo mejorar la sostenibilidad de su negocio.
- El club establece un sistema de compromisos que obligan al gestor de la reserva de la biosfera a mejorar la interlocución con las empresas en ella ubicadas, y a diseñar medidas que favorezcan a las empresas adheridas pues están contribuyendo al desarrollo sostenible de la reserva.
- El club propicia que sus miembros alcancen acuerdos comerciales para configurar una experiencia turística singular y atractiva para la demanda.
- Participar en una red de producto que está siendo apoyada por distintas instituciones.
- Participar en un club que realizará una promoción a nivel internacional, logrando una mayor presencia en el mercado.

Obligaciones

- Participar activamente en la formación necesaria para adherirse al club, colaborando en todas sus fases, desde la pre-adhesión hasta la verificación y evaluación de resultados.
- Cumplir con los requisitos del club considerando que debe acometer de forma progresiva medidas que redunden en mejorar la oferta y hacer más sostenible su negocio, procurando resultados que incidan en la sostenibilidad del modelo de desarrollo de la reserva y en la calidad de vida local.
- Llevar un seguimiento de los resultados de su negocio y de su contribución al desarrollo sostenible, y a intercambiar información sobre estos resultados (ocupación, evolución de la facturación, mejora del empleo) con el gestor de la reserva.



- Trabajar estrechamente con las empresas ubicadas en su reserva para establecer acuerdos comerciales que permitan crear modalidades turísticas que muestren la reserva de forma atractiva.
- Participar en la financiación de la estructura local mediante las cuotas o procedimientos que se establezcan.
- Mostrar el distintivo del Club de Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas, y comunicar adecuadamente el club de producto y su significado a sus clientes.
- Animar a sus clientes a conocer y consumir las modalidades turísticas ofrecidas en el seno del club, propiciando su regreso o los viajes a otras reservas de la biosfera.
- Trabajar en red con el resto de empresarios y entidades que componen el club.
- Formar al personal sobre el significado del club, sus requisitos y sus ventajas, cuidando que todo el personal conozca las responsabilidades que ha asumido la empresa y qué debe hacer cada uno en su puesto de trabajo en la misión de comunicar eficazmente la reserva de la biosfera a los clientes.

La pertenencia al club de producto no supone exclusividad, es decir, que cada empresario podrá desarrollar sus propias estrategias para participar en otros clubes o vender su oferta por otros medios, además de los que el club le pueda facilitar.

Se pretende que el consumo del producto turístico no sea simplemente pernoctar y/o comer en un establecimiento socio del club. Necesariamente el turista debe comprender la reserva de la biosfera a través de una experiencia que le emocione y le haga disfrutar. Esto no es posible si los empresarios no se unen para crear modalidades turísticas que muestren la reserva, sobre todo usando los servicios interpretativos, ya sean guiados o autoguiados.

RECOMENDACIONES PARA LOS GESTORES DE LAS RESERVAS DE LA BIOSFERA

Para los gestores el club supone la oportunidad para diferenciar a un conjunto de empresas que apueste por los objetivos de la reserva, y por tanto la posibilidad de contar con una oferta turística aliada y adecuada a la reserva, convencida de su modelo de gestión.

La pertenencia de la reserva de la biosfera al club no supone que los empresarios o los territorios renuncien a productos turísticos que ya estén funcionando, sobre todo si éstos están muy consolidados y son rentables desde el punto de vista socioeconómico. En cualquier caso la participación de la reserva en el club supone una apuesta por un modelo de turismo diferente que puede llegar a ser transferible y con un alto efecto demostrativo y sensibilizador para otras empresas inmersas en otras estrategias de desarrollo turístico.

El requisito obligatorio de tener un instrumento de gestión supone que los gestores de la reserva

están aplicando ya medidas concretas que velan por el uso sostenible de los recursos y la conservación de los paisajes, que son los que han propiciado la declaración reserva de la biosfera.

Aquí los gestores deben esforzarse por usar todas las herramientas técnicas y financieras posibles para cumplir con estas metas. Para ello será vital alcanzar una adecuada cooperación institucional y asegurar que el equipo gestor esté convenientemente formado en las herramientas de cooperación.

6. LA FORMACIÓN PARA IMPLANTAR EL CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

A continuación se abordan los aspectos formativos con el fin de **ayudar a los distintos componentes del producto RBE a diseñar sus servicios con el fin de cumplir con los objetivos del club.**

Para ello se han establecido los siguientes **tipos de formación:**

- **Formación al gestor de la reserva de la biosfera**, que deberá adaptarse a las condiciones particulares de cada RB, teniendo en cuenta el camino ya recorrido en materia de planificación del uso público y turístico.
 - Para mejorar el uso público de la reserva
 - Para mejorar la planificación de la interpretación del patrimonio.
- **Formación específica a los prestadores de servicios interpretativos** para que estos se conviertan en el pegamento que dé sentido al consumo de los distintos servicios de las empresas adheridas al club, convirtiéndole en una experiencia turística encadenada.
- **Formación específica dirigida a las empresas** que se quieran adherir para que puedan diseñar sus planes de mejora con el fin de hacer sus negocios más sostenibles y conectar mejor su oferta con la reserva de la biosfera.

EL MANUAL DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA:

Se deberá elaborar un manual propio incorporando los contenidos específicos sobre la RB, y **ajustándolo a sus necesidades, para lograr que los servicios y equipamientos de uso público sean mejor aprovechados por la oferta turística**, y las modalidades turísticas sean idóneas al Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas. Los contenidos mínimos del manual deberán ser los siguientes:



Las Reservas de la Biosfera

- ¿Qué es una reserva de la biosfera?
- Funciones y beneficios de las reservas de la biosfera
- El Programa MaB y la gestión de las reservas de la biosfera en España
- La Red Española de Reservas de la Biosfera

Nuestra Reserva de la Biosfera

- ¿Por qué es reserva de la biosfera? La singularidad de la reserva
- ¿Para qué una reserva de la biosfera en este territorio?
- ¿Cómo es el territorio de la reserva de la biosfera?
- ¿Qué recursos y valores alberga la reserva de la biosfera?
- Estado de conservación y problemática de la reserva de la biosfera
- ¿Cómo se gestiona la reserva de la biosfera?
- ¿Qué limitaciones supone ser reserva de la biosfera?
- ¿Qué oportunidades representa para el desarrollo sostenible?
- Los actores locales más relevantes para la gestión
- Las marcas de calidad y sostenibilidad, locales o regionales
- Otras actuaciones de interés para la población local y los visitantes

La visita a la Reserva de la Biosfera

- ¿Cómo llegar a la reserva de la biosfera?
- ¿Cómo disfrutar la reserva de la biosfera?
- ¿Cómo conocer mejor la reserva de la biosfera?
- ¿Cómo contribuir a su desarrollo sostenible?

Los contenidos de este manual deberán ser integrados en la formación que se ofrecerá a los empresarios sobre la RB.



7. LA PROMOCIÓN DEL CLUB

Todos los clubes de producto implantados hacen una promoción específica a través de distintas vías, siendo la más común el convenio entre TURESPAÑA, las comunidades autónomas y los actores privados organizados en sus asociaciones, como en el caso de la implantación del club en las 5 reservas de la biosfera de Asturias.

El Club de Producto Turístico RBE debe redactar un plan de márketing que sirva como hilo conductor de la promoción, aglutine la difusión a realizar y proponga las acciones de comercialización del club.

Las acciones de promoción deben planificarse y sobre todo deben basarse en elementos simbólicos. Cabría diferenciar dos niveles de este plan: escala nacional e internacional y escala local. A continuación se esbozan los contenidos de un plan de promoción, que sirva para acometer acciones de difusión:

- Identificación y redacción de los **objetivos de mercado y alcance del plan**
- Elaboración de **perfiles de mercado** para las diferentes modalidades del producto RBE, mediante una aproximación a la demanda turística actual y potencial, identificando mercado para cada modalidad que compone el club de producto.
- Diseño de una **estrategia de promoción** con las empresas pertenecientes al club de producto. Deberán diseñarse las **acciones de comercialización** considerando los cauces que puedan aportar las empresas privadas y los operadores turísticos interesados en el producto a nivel nacional. Se tendrá en cuenta la existencia de otras iniciativas ligadas al desarrollo del Club de Producto Reservas de la Biosfera Españolas. Se perfilarán las actuaciones que podrían ser incluidas en un futuro en un convenio de promoción a nivel nacional.
- Elaboración de **bases de datos de clientes actuales** de las empresas turísticas pertenecientes al club de producto: Bases de datos de Operadores especializados amigos, base de datos de prescriptores, base de datos de potenciales consumidores de cada modalidad (facultades universitarias, ONG, colectivos educativos, etc.).
- Realización de un **mailing sobre el producto turístico y las modalidades diseñadas** a las Bases de datos referidas.
- Propuesta de **actuaciones de marketing**.
- **Estudio de la estructura de gestión del Club Reservas de la Biosfera Españolas, y propuesta de acciones para su financiación** (Agrupación de Empresas Innovadoras en torno a este club, acciones de formación y TIC para el Programa Avanza, etc).
- Valoración del **alcance y repercusiones del plan de promoción**: se diseñará un sistema de indicadores para medir los resultados de las acciones de promoción y apoyo propuestas.



Para todas las acciones de promoción y difusión del Club de Producto Turístico RBE será esencial coordinarse con el Organismo Autónomo de Parques Nacionales (OAPN) y el Consejo de Gestores de Reservas de la Biosfera.

ACTUACIONES DE PROMOCIÓN DEL CLUB

A continuación se enumeran los tipos de actuaciones que pueden ser diseñadas para una promoción del club, en el marco de los convenios para la promoción turística establecidos por TURESPAÑA con las comunidades autónomas:

- Jornadas inversas
- Presentaciones profesionales en OET
- Ferias internacionales
- Viajes de familiarización para medios de comunicación especializados
- Viajes de familiarización individuales para operadores especializados
- Márquetin directo
- Materiales impresos y audiovisuales
- Campaña de publicidad internacional
- Canal temático en Spain.info a través de SEGITTUR
- Estudios de impacto de marca



8. LA FINANCIACIÓN DEL CLUB

Para asegurar que el club logre que los productos turísticos sean sostenibles, y por tanto consumidos por los turistas, es necesario dotarlo de financiación para que pueda cumplir con todas sus metas: implantación y formación de empresas adheridas, ayudas para ejecución de planes de mejora, promoción, funcionamiento de la estructura de gestión, etc. Todo esto considerando el papel de los actores implicados, sus competencias, y las distintas fuentes de financiación disponibles actualmente.

Una vez elaborado el Club de Producto Turístico Reservas de la Biosfera Española -cuyo coste ha sufragado TURESPAÑA, y que ha contado con la colaboración del Consejo de Gestores de Reservas de la Biosfera-, para el completo desarrollo del mismo, conviene diferenciar distintas etapas en la financiación de la implantación y mantenimiento del club. Estas son:

- Implantación (fases piloto y de extensión)
- Creación de la estructura de gestión y apoyo a su funcionamiento
- Diseño y ejecución de planes de promoción y comercialización
- Evaluación de resultados

Por tanto, hay varios niveles de financiación en los que van a intervenir diferentes actores, según sea para mantener la estructura nacional o la estructura local, y para desarrollar las acciones de promoción y comercialización.

En el futuro cuando exista una masa crítica de empresas adheridas que proporcionen modalidades turísticas consumibles, los principales beneficiarios del club serán los empresarios, por lo que será preciso diseñar un sistema de aportaciones privadas.

El Comité Nacional será el marco en el que puedan debatirse las diferentes opciones de financiación, y a él le corresponde llegar a acuerdos sobre las aportaciones de los distintos miembros y las fórmulas que se usarán (convenios para la promoción, convenios especiales, participación del sector privado, etc.).

En otros clubes de producto turístico desarrollados por TURESPAÑA, el diseño del club, su implantación piloto y su extensión a los territorios en sucesivas implantaciones, han sido financiados por TURESPAÑA. Una vez que se ha creado una estructura de gestión del club con personalidad jurídica propia (asociación de empresarios), TURESPAÑA ha seguido financiando directamente el funcionamiento del club, y cofinanciando la promoción con convenios firmados con las comunidades autónomas y el sector privado representado a través de la asociación que constituye el ente gestor del club.



Las empresas adheridas al club suelen financiar el funcionamiento de las estructuras locales que se generan en cada destino adherido al club, y también la estructura que se genere a nivel estatal, siempre que así se establezca de común acuerdo.

En las primeras etapas de consolidación de un club de producto turístico, es TURESPAÑA quien financia los costes de su adhesión al club, si bien una vez que el club consolide una estructura de gestión que pueda liderar acciones de promoción y comercialización, lo deseable es que los nuevos empresarios que deseen adherirse financien parte de los costes de adhesión.

En cualquier caso, los costes de funcionamiento de la estructura de gestión deben ser también cofinanciados por las empresas que son miembros del club, en concepto de aportaciones como cuotas de entrada y de mantenimiento.

El establecimiento detallado de estas cuotas a nivel nacional debe hacerse una vez que se constituya un Comité Nacional o la previsible estructura de gestión con personalidad jurídica que le pueda sustituir cuando así la constituyan los actores implicados.

A nivel local, la financiación del sistema y de su mantenimiento dependerá de si previamente existe un sistema o marca de la reserva de la biosfera, o bien se parte de cero.

En el primer caso, será el Comité Local o la estructura pública que sostiene la marca, quien se pueda encargar de labores de implantaciones futuras. Esta estructura local ya tiene un sistema definido para las aportaciones de los empresarios, y por tanto, se deberá estudiar cómo se realiza su integración al ámbito nacional del Club de Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas. En el segundo caso, que es el mayoritario, deberá establecerse un sistema de participación de las empresas en el club.

El presente proceso de diseño del Club de Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas propone que el sistema considere las características de cada uno de los elementos del producto, desde los alojamientos, hasta las tiendas de productos locales, según sus dimensiones, plazas, volumen de facturación.

De forma convencional pueden establecerse las siguientes fórmulas para las empresas:

- Cuota de entrada
- Cuota de mantenimiento

La cuota de entrada para los elementos empresariales se establecerá sobre una cantidad fija más otra establecida en función de su volumen de facturación anual en el último ejercicio cerrado.



Una vez que el club se haya implantado en varias reservas de la biosfera, y sea ya necesario crear la estructura de gestión con personalidad jurídica y ámbito nacional, cada reserva será considerada como uno de los destinos que forman parte del club. La variedad de situaciones, sobre todo por las diferencias con respecto al volumen de empresas en cada reserva, obligará a plantear que la contribución de las reservas o de las estructuras locales que gestionan el club a nivel local (Comité Local) sea diferente según parámetros como el número de empresas adheridas en ese destino, el volumen de visitas que reciba cada reserva, el número de municipios que la integren, etc.

Si en el futuro se estableciese una cuota de entrada, esta debería ser abonada cada vez que el establecimiento, elemento o destino tenga que someterse a un proceso de control para su adhesión definitiva al club de producto.

Las cuotas anuales de mantenimiento podrán establecerse sobre una cantidad fija para cada tipología de elementos del producto, baremada según la cuota de entrada que en su momento pagase.



9. PUNTOS CLAVE PARA EL ÉXITO DEL CLUB DE PRODUCTO

Para que el Club de Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas funcione, los actores implicados deberán cumplir como mínimo los siguientes puntos:

- Las administraciones turísticas y las ambientales implicadas en el club deberán asumir el cumplimiento de sus funciones para que el club sea una realidad. Las primeras implantaciones del club deberán ser financiadas por TURESPAÑA, pero para un funcionamiento eficaz otras administraciones deberán cooperar estrechamente.
- Cada reserva de la biosfera asegurará un mínimo nivel de gestión que se traduzca en:
 - Un equipo humano suficiente para gestionar la reserva y prestar funciones de uso público (disfrute e interpretación, comunicación con la población local).
 - Un proceso de planificación de la interpretación en la reserva de la biosfera que se traduzca en unos equipamientos y servicios interpretativos operativos que puedan ser aprovechados para el turismo.
 - Formación de las empresas para comunicar la reserva de la biosfera desde sus negocios.
- El club debe garantizar que la oferta turística adherida destaca por su integración en el paisaje, la calidad de sus servicios turísticos, su comportamiento ambiental y por los compromisos que asume el empresario con la sostenibilidad del turismo.
- Prestar los servicios interpretativos para que proporcionen cohesión al producto reservas de la biosfera españolas. Sin esta interpretación no hay producto.
- Desarrollar un trabajo conjunto entre empresarios, gestores de la reserva y gestores de los equipamientos de uso público para proporcionar una experiencia turística singular, evocadora de la reserva, sus paisajes, su patrimonio y la gestión de este.
- Comunicar la gestión de la reserva y cómo se vive por sus protagonistas a través de la experiencia turística. Esto significa que previamente la población local debe conocer lo que la reserva de la biosfera supone para el desarrollo local.
- La implantación del club debe lograr una masa crítica de empresas que permita ofrecer modalidades turísticas viables. Sin empresarios convencidos y formados para trabajar conjuntamente integrando sus servicios, no hay producto.
- El producto turístico reservas de la biosfera españolas debe ser consumido por la demanda a corto plazo. Esto significa que debe ejecutarse una promoción específica que sea eficiente y pactada por los actores implicados.
- Realizar una evaluación continua de las repercusiones del producto turístico que pueda servir para orientar la implantación del club y modificar los requisitos para alcanzar el turismo sostenible.