

CLUB DEL PRODUCTO TURISTICO RESERVA MUNDIAL DE LA BIOSFERA LA PALMA

DOCUMENTO RESUMEN



Fuente:

Manual del Club de Producto Turístico Reservas de la
Biosfera Españolas.

Turespaña, 2009



CONTENIDO

1. EL CLUB DEL PRODUCTO TURÍSTICO	3
2. EL CLUB DEL PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS	4
3. ¿QUÉ ES Y EN QUÉ CONSISTE EL PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS?	4
4. VENTAJAS, OPORTUNIDADES Y OBLIGACIONES DEL CLUB PARA EL EMPRESARIO	7
5. PUNTOS CLAVE PARA EL ÉXITO DEL CLUB	8

EL CLUB DEL 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.
- 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 DEL 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**.
- Un **aval o garantía para el turista** consumidor de servicios prestados por el club.
- Una **asociación de empresarios que proveen los servicios turísticos seleccionados**.
- Una **herramienta** para organizar y estructurar todos los servicios.

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 DEL 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.

3. ¿QUE 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 turistas 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 agroalimentarias 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 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 de un alojamiento rural, hasta la visita a un productor local** relacionado con el paisaje de la reserva (ganadero, agricultor, artesano).

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.

3.1. 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 elaborado requisitos para:

- Alojamientos
- Industrias agroalimentarias
- Tiendas especializadas
- Restaurantes

- Empresas de actividades complementarias

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. Los productos agroalimentarios y artesanales acogidos bajo la marca Reserva Mundial de la Biosfera La Palma formarán parte directamente del Club del Producto.

Compromisos de la Reserva de la Biosfera

La reserva de la biosfera deberá llevar a cabo los siguientes compromisos con las empresas, 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.
- Asesoramiento y facilitación de gestiones e información para la mejora de la imagen y marketing de la empresa.

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 de la Biosfera.

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. VENTAJAS Y OPORTUNIDADES DEL CLUB PARA EL EMPRESARIO

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.

5. 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:

- 1) **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.

- 2) 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.
- 3) 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.
- 4) **Prestar los servicios interpretativos para que proporcionen cohesión al producto reservas de la biosfera españolas**. Sin esta interpretación no hay producto.
- 5) **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.
- 6) **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.
- 7) 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**.
- 8) 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.
- 9) 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.
- 10) **Imagen corporativa y posicionamiento**. La imagen corporativa debe ser consistente con el posicionamiento del club, de los establecimientos asociados, o de la marca. Cualquier incongruencia entre la imagen corporativa total y las posiciones de las ofertas individuales de los establecimientos será confusa para los clientes potenciales y tenderá a reducir la credibilidad. Una buena imagen corporativa total se puede considerar como la suma de todas las imágenes asociadas a las posiciones individuales del producto del club. Se ha tratado también de escoger un nombre y un logotipo coherente con la imagen corporativa general y con su propia finalidad