



DISEÑO DEL CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

1

Menorca, Marzo 2010

LAS RESERVAS DE LA BIOSFERA, LUGARES PARA LA COOPERACIÓN A FAVOR DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

- Surgieron como fórmula para llevar a cabo la conservación de los recursos naturales y el desarrollo sostenible de las poblaciones locales que están asentadas en ellas.**
- Declaradas por la UNESCO de acuerdo con los criterios del Programa MaB(Man andBiosphere), son territorios para experimentar modelos de desarrollo sostenible. Una Reserva de la Biosfera es necesariamente un lugar de cooperación entre instituciones públicas y los actores socioeconómicos.**
- Las Reservas de la Biosfera españolas constituyen una red de 40 espacios con niveles de despliegue muy diferentes en cuanto a la aplicación plena del concepto. El conjunto ofrece una red de gran interés y atractivo para el turismo, donde experimentar propuestas de desarrollo sostenible.**

RESERVAS DE BIOSFERA



¿POR QUÉ UN CLUB DE PRODUCTO RESERVAS DE LA BIOSFERA?



- Las Reservas de la Biosfera se han convertido en destinos turísticos en la medida que reciben visitas y existe una oferta privada que proporciona servicios turísticos



- Engloba diversidad de paisajes y recursos singulares susceptibles de transformarse en nuevos productos turísticos capaces de diferenciar y especializar la oferta turística española.

LAS RESERVAS DE LA BIOSFERA TIENEN UNA ESCASA ORGANIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.

- El sector turístico privado aún no ha aprovechado el hecho de contar con un territorio *Reserva de la Biosfera, un marchio internacional que podría generar mayores rentas en el sector, proporcionar una experiencia singular y contribuir al desarrollo.*



¿PARA QUÉ UN CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS?

- **Aprovechar el Plan Horizonte 2020 que tiene como meta lograr que el Sistema Turístico Español sea el más competitivo y sostenible, aportando el máximo bienestar social. Incorpora un eje de sostenibilidad con 4 programas, entre ellos el Programa Turismo, Medioambiente y Sociedad.**
- **“impulsar potentes experiencias integrales de referencia en sostenibilidad, de alta calidad y reconocimiento en actividades empresariales en destinos costeros, patrimoniales y de naturaleza”, con el fin de crear producto dirigido al mercado y trabajando con los actores implicados.**

BENEFICIOS ESPERADOS

- Desestacionalización: captar nueva demanda.
- Diversificación y diferenciación: productos turísticos experienciales diseñados conforme a mercado y participados por empresarios seleccionados.
- Mejorar sostenibilidad y competitividad de empresas del club.
- Reequilibrio territorial: unir a territorios rurales en un mismo tema para su desarrollo sostenible.
- Crear un marco de intervención común para la AGE, las CC.AA., las Entidades Locales y el sector privado en un ámbito demostrativo como es el de las Reservas de la Biosfera.
- Tener un método compartido que genere resultados prácticos.
- Mejora de las cifras de negocio del turismo rural.
- Mejora de la imagen de las Reservas de la Biosfera.
- Sensibilización de los turistas.

1ª APROXIMACIÓN AL PTRBE (2007)

- **Detectar nuevos productos turísticos en el ámbito de la Red de Reservas de la Biosfera Españolas, desarrollando de forma piloto un método para la creación del Producto turístico Reservas de la Biosfera Españolas.**
- **Evaluar el potencial turístico de las Reservas de la Biosfera, contribuyendo así a orientar a las CC.AA. y a las Entidades Locales en el diseño de productos y en la mejora del aprovechamiento turístico de estas reservas.**



RESULTADOS

- **Propuesta de ATRIBUTOS para la diferenciación del producto turístico Reservas de la Biosfera Españolas.**
- **Recomendaciones para la creación del producto turístico en la Red de Reservas de la Biosfera.**



QUÉ ES UN PRODUCTO TURÍSTICO

Suma de componente tangibles e intangibles que incluyen:

Recursos y atractivos del territorio o destino

+

Equipamientos e infraestructuras

+

Servicios turísticos (alojamiento, restauración)

+

Actividades recreativas (Visitas guiadas, compras,...)

+

Valores simbólicos (vinculación con la cultura tradicional,
patrimonio)

PARA

Atraer a grupos determinados de consumidores a los que
podemos satisfacer una motivación

¿QUÉ NECESITA UN PRODUCTO TURÍSTICO?

- Definición = planificación conceptual
- Integración y adaptación de servicios y equipamientos turísticos = inversión
- Estrategia de promoción
- Plan de comercialización
 - Conseguir que sea fácil de comprar
 - Paquetes a medida
 - Organización de paquetes más o menos flexibles
 - Que sea fácil de pagar
 - Que deje beneficio y contribuya al desarrollo
- Estructura de gestión del destino: implantación, formación, calidad, promoción, comercialización.

¿CÓMO SE CUBREN ESAS NECESIDADES? EL CLUB DE PRODUCTO

- **Método común con procedimientos corporativos que logren que el producto resultante de la suma de los destinos y establecimientos adheridos tenga entidad propia por encima de la simple adición de los mismos.**
- **Se fundamenta en un recurso o tema concreto y común que es el que vertebra el producto.**
- **Tiene una metodología de implantación y gestión comunes.**
- **Se basa en el consenso y en la libre aceptación de las normas por parte de todas las partes interesadas: participantes actuales, participantes potenciales, agentes vinculados y no participantes.**
- **Dispone de una unidad de gestión para el desarrollo de la actividad**

¿QUÉ HACE UN CLUB DE PRODUCTO?

- Analizar el patrimonio susceptible de convertirse en producto.
- Definir el producto y elementos que lo componen. Selección del ámbito geográfico.
- Analizar los actores implicados en el proceso de creación.
- Definir los atributos del producto y los requisitos de proveedores.
- Estudiar la demanda específica.
- Seleccionar a los empresarios a participar en el club.
- Implantar el club (acciones formativas a integrantes).
- Formular estructuras de gestión.
- Proponer acciones de promoción y comercialización.
- Gestionar el producto: seguimiento y evaluación.

EL PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

- Se basa en el disfrute e interpretación del patrimonio de las Reservas de la Biosfera para componer una experiencia turística singular al facilitar una lectura sensorial de las relaciones entre el hombre y los paisajes de la Reserva.
- Permite un acercamiento al mundo rural para conocer su evolución, y sugerir cómo podemos contribuir a su desarrollo sostenible.

EL PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

- Va dirigido a captar turistas interesados en conocer y disfrutar paisajes bien conservados, 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.
- En cada RB el Producto tratará sobre su patrimonio más singular y diferenciado.

EL PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS ES

- **Una experiencia turística singular y diferenciada con elementos tangibles e intangibles que incluye:**
- **El patrimonio natural y cultural de la Reserva más singular, mejor conservado y con mayor nivel de gestión activa.**
- **Los mejores equipamientos de uso público (centros de recepción, senderos, miradores, museos temáticos).**
- **La oferta turística privada seleccionada (alojamiento, restauración, comercios, actividades).**
- **Los servicios guiados para interpretar el patrimonio apoyándose en equipamientos y en la población local que muestre sus actividades.**

- **El conjunto de elementos debe estar organizado para atraer a grupos determinados de turistas a los que podemos satisfacer principalmente su motivación por conocer y disfrutar el patrimonio, y que sientan que con su viaje contribuyen al desarrollo sostenible.**

COMPONENTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO RBE

- Establecimientos turísticos de alojamiento y restauración.
- Empresas de actividades (Asociaciones).
- Equipamientos y servicios de UP de la RB y de Entidades Locales.
- Comercios o tiendas de productos locales agroalimentarios.
- Artesanos.
- Productores primarios (agricultores, ganaderos, forestales).
- Empresas de tecnologías ambientales.
- Proyectos o actividades de investigación, seguimiento de la RB, restauración ambiental.
- Fiestas de interés turístico relacionadas con la RB.
- Otros equipamientos o lugares que muestren la relación hombre –paisaje.

ATRIBUTOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

- **Atributos del producto y sus modalidades turísticas.**
- **Requisitos de las empresas turísticas: obligatorios y recomendados.**
- **Requisitos del gestor del destino.**
- **Requisitos de los equipamientos de uso público de la RB.**
- **Requisitos del destino: ayuntamientos.**

ATRIBUTOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

- **Singularidad**
- **Especialización y diferenciación**
- **El PTRBE debe ilustrar la forma actual de relación del hombre con los recursos naturales o culturales de la Reserva**
- **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.**

ATRIBUTOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

- Se adecuará al tipo de productos y productores existentes en cada reserva de biosfera.
- Incorporará, en la medida de lo posible, la visita a equipamientos interpretativos existentes en la RB, tanto si son públicos como privados.
- El eje para definir el producto debe ser la actividad en torno a la cual se diseña.
- Las características del producto y los contenidos informativos e interpretativos se adecuarán al tipo de consumidores previsto, pudiendo ofrecer varios niveles de profundidad.
- 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.

ATRIBUTOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS

- **La duración de los productos debe adecuarse a las características de éstos.**
- **El proceso de creación de producto debe proponer las modalidades de consumo del producto: paquetes cerrados para su comercialización por operadores-agencias, paquetes semicerrados, etc....**
- **Se 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.**
- **Contará con la aprobación y el apoyo del órgano gestor de la RB. Dicho apoyo debe quedar reflejado expresamente en un documento que acredite tal aprobación.**
- **El PTRBE debería diseñarse en cada territorio aprovechando el marco financiero y de apoyo a nivel estatal con el Horizonte 2020 y a nivel autonómico con los planes de dinamización o de competitividad, u otros sistemas de apoyo financiero a entidades locales y empresarios.**
- **El PTRBE sólo se pondrá en marcha en aquellas RB que manifiesten su disposición a ejecutar el proceso y que además cuenten con suficiente personal técnico para llevarlo a cabo.**

¿QUIÉN INTEGRA EL CLUB RBE?

- Secretaría de Estado de Turismo (Turespaña): Impulsor de la iniciativa, coordinación con MARM.
- Administraciones Autonómicas –Locales.
- Agentes territoriales: Reservas de la Biosfera (Ad. Ambientales).
- Agentes vinculados con el territorio (GALs).
- Otros agentes sociales (asociaciones de empresarios).
- Empresarios que voluntariamente se inscriban.

FUNCIONES DE LA SET

- Promotor del Club, definición de objetivos y estrategias.
- Diseño del club de producto: financiación, supervisión y control de las acciones de puesta en marcha.
- Coordinación general: convocatoria del resto de agentes y del seguimiento.
- Promoción internacional: convenios con CC.AA. y sector privado.
- Propiedad del método: garantiza un desarrollo homogéneo del producto e integra sistemas de calidad existentes a nivel autonómico.
- Implantación del club.
- Garantía del sistema.

FUNCIONES DE LA SET

- Financiación de la creación de estructuras de gestión en red.
- Cooperación a nivel trasnacional y entre Comunidades Autónomas, con el MARM para optimizar la eficiencia del producto y su inclusión en otras financiaciones.
- Evaluación del proceso.
- Comunicación –participación.
- Seguimiento de la demanda y recomendaciones de adaptación del producto.
- Recomendaciones a todos los actores sobre el uso de las líneas de financiación.

FUNCIONES ADMINISTRACIÓN AUTONÓMICA

- Colaboración en el diseño. Incorporación a sus estrategias turísticas, de medio ambiente y desarrollo rural.
- Cofinanciación en la implantación del Club.
- Coordinación territorial y sectorial con actores participantes.
- Control normativo: adecuación de actuaciones previstas por Reservas y empresas participantes según normativas autonómicas.
- Promoción nacional.
- Participación activa en los órganos de gestión.
- Acciones de interpretación y señalización.

FUNCIONES ADMINISTRACIÓN AUTONÓMICA

- Apoyo a los actores implicados en:
 - Mejorar los establecimientos turísticos y de los equipamientos de uso público para el cumplimiento de requisitos del club.
- Financiación de
 - Promoción nacional
 - Equipamientos y servicios
 - Sistemas de calidad
 - Formación
 - Uso de TICs y tecnologías ambientales

FUNCIONES ADMINISTRACIÓN LOCAL

- Colaboración en el diseño, y en la implantación del club.
- Animación local del producto: trabajo con el empresariado local y agentes sociales.
- Promoción nacional responsable y eficiente evitando solapamientos.
- Financiación de infraestructuras y señalización locales.
- Participación en los órganos de gestión.
- Aplicación de sistemas de calidad y sostenibilidad en destino.
- Gestión de equipamientos interpretativos y de servicios turísticos.
- Financiación a través de planes competitividad.

CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE

○ Reservas de la Biosfera

- Gestión activa a favor del turismo sostenible en sus territorios con las competencias propias (RR.HH., planes de acción o programas del ENP).
- Comunicación directa con los elementos del club.
- Aplicar sistemas de calidad en los equipamientos de uso público.
- Cumplimiento de compromisos para beneficiar a los empresarios.
- Difusión del producto en sus competencias como gestores ambientales.
- Garantía internacional de los territorios soporte de los productos.
- Seguimiento de repercusiones socioeconómicas de los productos.

RESERVAS DE LA BIOSFERA

- Colaboración en el diseño de producto y metodología.
- Colaboración en la captación de empresarios del club.
- Asesoramiento y control normativo en el ámbito de su competencia en el territorio para conservar el patrimonio.
- Promoción (en los ámbitos que le sean propios)
- Participación activa en los órganos de gestión del producto.
- Acciones de interpretación y señalización.
Funciones de Uso Público.

EMPRESAS TURÍSTICAS

- Colaboración en el diseño del producto.
- Adhesión voluntaria al club y participación en sus modalidades turísticas en función del tipo de oferta.
- Implantación en sus establecimientos de las mejoras para el cumplimiento de requisitos del club.
- Participar en la promoción del producto (promoción propia racional, considerando el enfoque del producto).
- Creación de estructuras de gestión (asociación) para la participación activa en los órganos de gestión mediante los sistemas de representación territoriales.
- Seguimiento de clientes y repercusiones del producto.
- Presentación del club a sus clientes, animación a la participación en modalidades turísticas del club.
- Sensibilización de clientes sobre la Reserva.

PRODUCTORES Y POBLACIÓN LOCAL

- Colaboración en el diseño de producto.
- Adhesión voluntaria al producto.
- Implantación en sus establecimientos o actividades de las mejoras necesarias para participar en el club.
- Participación activa en los órganos de gestión mediante los sistemas de representación territoriales.
- Promoción del producto.
- Participación en la interpretación del patrimonio o actividades incluidas en las modalidades turísticas.
- Sensibilización sobre la Reserva de la Biosfera.

GRUPOS DE ACCIÓN LOCAL

- Colaboración en la implantación del club.
- Colaboración en el diseño de modalidades turísticas.
- Animación de productores y empresas turísticas.
- Ejecución de programas de ayudas para cumplimiento de requisitos por empresas de turismo y productores locales.
- Ejecución de acciones no productivas de interpretación, señalización y puesta en valor del producto.
- Promoción del producto.
- Participación activa en los órganos de gestión del producto.
- Participación en proyectos de Cooperación transnacional.

TOUR OPERADORES

- Incorporar modalidades turísticas a sus catálogos.
- Difundir el producto Reservas de la Biosfera Españolas y las Reservas participantes.
- Aplicación de política ambiental en sus operaciones turísticas.
- Seguimiento de clientes.
- Promoción responsable.
- Acuerdos racionales con proveedores locales del producto

CLUB PRODUCTO TURÍSTICO EN MENORCA

- Plataforma de formación On-Line para hoteleros y restauradores.
- Formación en campos diversos;
 - Economía de Menorca
 - Aspectos medioambientales de Menorca
 - Turismo alternativo, búsqueda de bolsas de valor

AGRADECIMIENTOS

- **Ricardo Blanco Portillo. Jefe de área de turismo sostenible de la SET**
- **Tomas Rueda, presidente Consejo Gestores Reserva de Biosfera**
- **Agencia Menorca Reserva de Biosfera**

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN

JOSÉ FRANCISCO SUÁREZ