



# GREENWAYS PRODUCT

## METODOLOGÍA ESPECÍFICA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO EN TORNO A VÍAS VERDES



**Título:** METODOLOGÍA ESPECÍFICA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO EN TORNO A VÍAS VERDES

**Publicado por:** Rutas Pangea y Fundación de los Ferrocarriles Españoles (FFE) Gerencia de Vías Verdes y Medio Ambiente. Publicado en el marco del proyecto “Greenways Product” cofinanciado por el Programa Marco de Competitividad e Innovación de la Unión Europea.

**Edición:** Primera edición. Marzo de 2014

**Autores:** Jesús Blázquez y Juan Sarrión (Rutas Pangea), con la colaboración de Carmen Aycart Luengo y Arantxa Hernández Colorado (Gerencia de Vías Verdes y Medio Ambiente de la FFE) y María Jiménez (Fundación Vía Verde de la Sierra).

**Imágenes:** La mayoría de las imágenes que contiene este informe proceden del archivo de la Gerencia de Vías Verdes y Medio Ambiente de la FFE y de otros colaboradores.

**DISCLAIMER:** Toda la responsabilidad de esta publicación recae sobre su autor. La Comisión Europea no es responsable del uso que pueda hacerse del contenido de la misma.

**Agradecimientos:** Agradecemos a todos los que han colaborado en este informe de manera voluntaria aportando información y fotos.

**Diseño y maquetación:** Arantxa Hernández (FFE) y Oana Buda

## INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. METODOLOGÍA DE CREACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO .....	6
3. NECESIDADES DETECTADAS DE CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES .....	13
4. ACCEDER A NUEVOS MERCADOS .....	16
5. EL CLUB DE PRODUCTO VÍAS VERDES .....	19

## ANEXOS

<b>ANEXO I</b> - MODELO DE FICHA DE PRODUCTO TURISTICO BASADO EN VIAS VERDES .....	24
<b>ANEXO II</b> - SELECCIÓN DE VÍAS VERDES ESPAÑOLAS CON MAYOR POTENCIALIDAD DE GENERACION DE PRODUCTO TURISTICO EN TORNO A ELLAS .....	25
<b>ANEXO III</b> - CALENDARIO DE FERIAS TURÍSTICAS.....	28
<b>ANEXO IV</b> - FORMULARIO PARA EMPRESAS POTENCIALMENTE VINCULADAS AL PRODUCTO VÍAS VERDES.....	29

# METODOLOGÍA ESPECÍFICA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO EN TORNO A VÍAS VERDES

Una de las principales actividades del proyecto Greenways Product es la creación de la metodología específica necesaria y los pasos a seguir para la creación de un producto turístico entorno a vías verdes.

El objetivo de este informe es por tanto el de servir como guía tanto para los gestores públicos de las vías verdes y de los recursos turísticos locales como para las empresas privadas de ámbito local o regional que prestan servicios a los usuarios de estos itinerarios. Para ello, se ha llevado a cabo esta investigación por parte de la empresa Rutas Pangea y la Fundación de los Ferrocarriles Españoles encargada del desarrollo del Programa español de Vías Verdes desde 1993.

Este informe que está disponible en español y en inglés servirá no solo para el uso y conocimiento de los socios del proyecto Greenways Product, sino, sobre todo para su divulgación entre las entidades públicas y privadas de cara a favorecer el diseño y comercialización del producto turístico "Vías Verdes".

## 1. INTRODUCCIÓN

Hay bastantes datos que nos remiten a considerar interesante continuar trabajando en la creación de producto turístico de cicloturismo y senderismo en torno a las vías verdes europeas. Repasemos algunas cifras.

Las vacaciones cuyo motivo principal es practicar algún tipo de deporte (bicicleta, senderismo, golf, etc.) son una tendencia de futuro, según pone de relieve un informe realizado en la feria ITB Berlín en 2011. En 2011, el turismo deportivo movió cerca de nueve millones de viajes al extranjero al año, sólo en Europa. España podría tener un gran potencial en este segmento, sin embargo no figura entre los tres destinos favoritos de los europeos.

De acuerdo con los datos recopilados en la encuesta World Travel Monitor de la ITB, el turismo deportivo ha registrado un crecimiento de dos dígitos durante los últimos cinco años en los mercados emisores europeos, "superando incluso a los cruceros", que hasta ahora constituían el segmento de mayor crecimiento.

En cualquier caso, la demanda no es ni mucho menos homogénea. Así, los viajeros alemanes encabezan el ranking, pues sólo ellos consumen el 42% de los nueve millones de viajes anuales que se contabilizan en Europa en el ámbito del turismo deportivo. A continuación están los holandeses (14%). Pero en el resto de mercados emisores el binomio vacaciones y deporte supone menos de un 6% de la demanda total nacional.

Las actividades deportivas que generan más viajes al extranjero son el excursionismo (38%), el ciclismo (23%), los deportes de motor (incluye deportes acuáticos a motor, con un 14%); y el golf (10%).

Pero no sólo crece en número de viajeros, también crece el gasto por persona. El gasto medio por persona en actividades de aventura ha pasado de los 445 euros por viaje a los 710 en estos tres años, según el último estudio de la escuela de negocios de George Washington University y la Asociación Internacional de Empresarios Especializados (ATTA, por sus siglas en inglés), su investigación anterior se publicó en 2010. Un desembolso que sería aún mayor si en estas cifras se incluyeran los billetes de avión y el importe del equipamiento y los accesorios, que no están contemplados en el informe.

Esta modalidad de ocio es, por tanto, una tendencia al alza, con una tasa medial anual de crecimiento del 65% desde 2009, según destaca el estudio.

El presidente de ATTA, Shannor Stowell, atribuye este incremento “al crecimiento de la industria global del turismo, a un importante aumento de los viajeros que eligen la aventura y a un incremento en el promedio gastado en cada viaje”.

Y por concluir con los datos que ponen de manifiesto la importancia de este segmento unas últimas cifras. España tiene también cada vez un mayor interés para los viajeros extranjeros como destino para la práctica de deportes.

De hecho, las entradas de turistas internacionales para realizar actividades vinculadas al deporte superaron los nueve millones en 2011, casi dos millones más que un año antes y el 16% del total de las visitas de los viajeros extranjeros. El 56,2% fueron hombres y el resto mujeres. Generaron unos ingresos de 9,8 millones de euros, el 18,4% del total, con un gasto medio de 1.075 euros.

Estos datos aparecen en el Anuario de Estadísticas Deportivas 2013 realizado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, que analiza en su capítulo séptimo el vínculo entre el deporte y el turismo. Se pretende así "destacar la importancia del sector deportivo como motor de otros sectores de gran importancia económica como el turismo", según indica el informe.

Este es el panorama actual. Un gran potencial pero que en pocas ocasiones logramos que se convierta en una realidad que nos reporte beneficios económicos a nivel local.



## 2. METODOLOGÍA DE CREACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Estos nuevos mercados requieren servicios y actividades a la medida con estándares de calidad concretos, para un turista más experimentado, esto hace que lograr la satisfacción del cliente se convierta en un objetivo más difícil de conseguir.

La organización de la oferta turística la tenemos que hacer hoy en función de los requerimientos del mercado específico en el que deseamos crecer.

Las reglas han cambiado y ahora la penetración en el mercado, la promoción, la fijación del precio y la calidad y la cantidad de producto en el mercado son variables definidas hoy más que nunca por la clientela más que por los productores.

El cambio se percibe en cómo hemos de construir el producto:



La línea a seguir es crear nuevo producto turístico orientado al mercado, conociendo las necesidades del potencial cliente. El producto ha de estar orientado al cliente.

Para satisfacer las necesidades de la demanda, es fundamental crear productos auténticos y emocionantes que permitan la vivencia de experiencias memorables, innovadoras que son las que busca el turista actual.

Los pasos a seguir (a grandes rasgos) son comunes a cualquier producto turístico:

1. Identificar y evaluar los recursos disponibles. (Aquí ya hay mucho trabajo hecho.)
  - a. Recursos humanos implicados en el diseño de los productos.
  - b. Atractivos turísticos, servicios y equipamientos.
  - c. Tejido económico y social presente en las Vías Verdes.
  - d. Infraestructuras, movilidad y accesibilidad.
2. Identificar el perfil del cliente.
  - a. ¿Cómo es? Procedencia, edad, capacidad adquisitiva.
  - b. ¿Qué espera encontrar? Producto básico, actividades asociadas.
  - c. ¿Qué valora? ¿Qué elementos de valor añadido solicita?

- d. ¿Qué necesita? Movilidad, alojamiento, alimentación, actividades, información, comunicación.
3. Concretar los aspectos básicos del producto.
  - a. Núcleo del producto.
  - b. Producto tangible.
4. Añadir valor a la propuesta.
  - a. Personal, prestación de servicios.
  - b. Sostenibilidad social y ambiental.
  - c. Accesibilidad de las propuestas.
  - d. Predominio de productos locales.
  - e. Conocimiento sobre las Vías Verdes, su pasado ferroviario, recuperación del patrimonio cultural y natural.
5. Comercialización
  - a. Precio y promociones.
  - b. Comunicación.
  - c. Canales de venta.
    - i. Este es un elemento clave en el proceso, sin una buena estrategia de distribución con mayoristas de viajes y/o minoristas especializados será muy difícil hacer crecer la comercialización del producto.
6. Formación de los Product Manager
  - a. Una figura que podría ser clave en los territorios implicados como dinamizador e impulsor de la creación y consolidación de los productos de Cicloturismo y senderismo.
  - b. Se podrían organizar formaciones con los product manager de forma más centralizada y especializada y crear los materiales con los que ellos pudieran replicar esas formaciones en sus Vías Verdes.
7. Creación del Club de Producto Vías Verdes
  - a. Definición de sus objetivos y estructura
  - b. Implantación

**PROPUESTA PARA ESTRUCTURAR EL PRODUCTO VIAS VERDES**

**NOMBRE** Nombre a utilizar para la promoción y comercialización

**COMERCIAL:**

**Concepto**

**Descripción básica del producto**

**Argumento de ventas**

Elementos más destacados del producto en cuestión, aquellos factores que lo hacen atractivo o diferente a otros.

Mercados emisores	Segmento	Modalidad
Mercados geográficos de mayor interés para el producto diseñado, por cercanía o perfil.	Propuesta de segmentación sociodemográfica para cada producto	- Guiado - Autoguiado

**Actividades**

Actividades propuestas para cada producto, desarrollar su itinerario temporal y geográfico de forma concreta.

**Medios de Comercialización y Distribución**

Propuesta de medios para una eventual comercialización del producto por parte de agencias de viaje y operadores turísticos.

¡Este es un elemento clave para el funcionamiento del proyecto!

**Medios de Promoción**

Propuesta de canales para la difusión del producto en cuestión.

**Temporada de desarrollo**

Meses en los que se estima que el producto podrá ser consumido de manera óptima por cuestiones meteorológicas, afluencia de turistas, desestacionalización, precio, etc.

**Duración propuesta**

Duración mínima y máxima propuesta para el producto

**Posibles establecimientos a involucrar**

Establecimientos turísticos y otras entidades que pudieran incorporarse en el producto por encajar con el enfoque del mismo así como por su localización, estilo, precio, etc.

- Alojamientos
- Alquiler de bicicletas
- Restauración
- Transportes públicos (taxis, autobuses, tren...)
- Guías
- Empresas de turismo activo
- Visitas complementarias (museos, almazaras, molinos, bodegas...)
- Tiendas de venta de productos locales: artesanía, alimentación

**Elementos a tener cuenta**

- Accesibilidad
- Consumo de productos locales
- Confiabilidad de los prestatarios de servicios
- Integración del producto dentro de la oferta actual existente

Algunas ideas para seguir avanzando en el diseño del producto turístico en torno a Vías Verdes:



Hay un elemento sumamente importante que es su potencial como dinamizador local, como creador de desarrollo: Las distintas modalidades de ciclismo, en todas sus variantes (carretera, BTT, alforjas, rutas guiadas o autoguiadas) es una actividad generadora de riqueza, idónea para fusionarse con el sector hotelero y duplicar sinergias como viene sucediendo ya en muchos destinos europeos. Hay que ofrecer valor añadido y buenos servicios para atraer y crear una demanda base. A todos los ciclistas les gusta desplazarse y conocer nuevas zonas por donde practicar su afición.

Tenemos que definir claramente cuál es el núcleo del producto, el servicio principal que hemos diseñado para satisfacer las necesidades de un público concreto. Tenemos que poder expresarlo en palabras e imágenes diseñadas para motivar y provocar la compra, apelando a las expectativas de los clientes (que obviamente debemos conocer). Resumiendo ***el turista no compra productos, sino expectativas que puede obtener a partir de ellos y en definitiva experiencias.***

En nuestro caso está claro que son las Vías Verdes las que generan el efecto-tractor sobre la demanda. Hay que trabajar en equipo con todas las pequeñas propuestas existentes mediante la agregación coordinada de muchas pequeñas experiencias mágicas que logren unos productos memorables.

Para conseguir que todas esas iniciativas realmente tengan éxito hay que convertir las rutas en productos turísticos y hay que diseñar esos productos turísticos pensando en unos segmentos turísticos bien definidos, ya que uno de los problemas actuales es no llegar al cliente adecuado ya que diseñamos productos pensando en perfiles de demanda muy desdibujados.

Es necesario destacar la identidad diferencial del territorio resaltando la autenticidad de los espacios donde se ubican las Vías Verdes para cimentar una marca propia y atractiva.



Una forma adecuada de conocer cómo diseñar productos turísticos que se adapten a las diferentes tipologías de clientes europeos, es la de analizar los productos propuestos por operadores turísticos especializados con productos que llevan ya tiempo funcionando.

Si bien es cierto que la demanda canalizada por esa vía pueda ser minoritaria en algunos destinos, las pautas de consumo son representativas del conjunto de clientes que se interesan

por productos específicos además de que ese canal de comercialización ayuda a establecer unos flujos de visitas menos irregulares y que apoyen más la desestacionalización del destino.



Hay que elaborar unas recomendaciones sobre segmentación de la demanda y sobre la creación de producto turístico especializado basadas en el análisis de los productos ofertados en los catálogos de los operadores turísticos europeos especializados en el turismo en bicicleta. El análisis en detalle de esos productos servirá de guía para la elaboración de nuevos productos turísticos en el ámbito de las Vías Verdes así como mostrar las carencias existentes y también sus fortalezas.

Hay que realizar una evaluación de las empresas locales existentes y de los productos que ya se están ofertando en este ámbito buscando identificar proyectos y/o iniciativas con potencial para convertirse en buenas oportunidades de turismo *experiencial* que es el tipo de productos con mayor demanda potencial.

En esta línea se podría plantear una propuesta de trabajo futuro encaminada a romper uno de los problemas básicos del sector turístico de intereses especiales que se resume en la frase *“no me especializo porque pierdo una parte del mercado y no llego al mercado porque no me especializo”* y que se base en la conexión de micro-productos ya existentes.

Hay que destacar también la necesidad de desarrollar un ecosistema digital entre todos los actores participantes en el producto que permita una comunicación fluida, en tiempo real de incidencias, ofertas, cambios en los programas, etc. que garantice una comunicación efectiva entre proveedores y distribuidores. Esta podría ser una de las funciones principales de la figura del **Club de Producto Vías Verdes**

Todas estas propuestas derivan en varios beneficios para todos los actores implicados.

Empresas turísticas	Turistas	Comunidad local
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Más oportunidades de mercado y de ingreso por producción a menor costo.</li> <li>- Mayor penetración de mercado con menor esfuerzo individual.</li> <li>- Mejor previsión de demanda por temporada.</li> <li>- Mayor certeza de las acciones promocionales.</li> <li>- Mejorar la competitividad.</li> <li>- Mayor credibilidad, clave para lograr confianza.</li> <li>- Mejor imagen comercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Más alternativas de consumo.</li> <li>- Más diversidad de oferta en los puntos de venta.</li> <li>- Mayor certeza en la compra.</li> <li>- Más confianza en la calidad de la prestación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayores oportunidades.</li> <li>- Mejor conocimiento de las corrientes de demanda.</li> <li>- Mejor imagen del destino.</li> <li>- Aumento de la confianza en las propias capacidades.</li> </ul>

Algunas líneas a seguir:

- Es primordial consolidar los productos actuales de mayor potencialidad.
- Identificar los mercados de mayor interés.
- Dotar a los productos de suficientes instrumentos informativos de uso de los mismos. Ya sean de carácter fijo (señalización e interpretación, en general bien cubiertos en las Vías Verdes pero con carencias fuera de ellas) como distribuibles (folletos específicos in situ, libros de ruta para los viajes autoguiados, etc.)
- Estructuración flexible de la oferta de producto con el objeto de poder adaptarla y combinarla con otros productos en función de la demanda en los diferentes mercados y segmentos objetivos, favoreciendo a la vez una comercialización más a la medida de los clientes potenciales.
- Los productos deben sintonizar con el posicionamiento del destino, contribuyendo a su proyección en los mercados.
- En algunas Vías Verdes hay que aprovechar y potenciar la conexión litoral-interior. En España por ejemplo, siendo tradicionalmente un destino de sol y playa esto resulta un

factor clave. En otros destinos resultará clave la conectividad entre los diferentes polos de atracción turística y las vías verdes cercanas.

- Incidir una y otra vez en la puesta en valor del patrimonio natural y también incidir en la importancia de conservar todo lo posible el patrimonio ferroviario y su puesta en valor, no sólo de estaciones e infraestructuras, sino de la señalización y otros materiales relacionados: depósitos de agua, placas giratorias, hangares, barreras, gálibos, toperas, indicadores de posición de agujas,
- Relacionarlas con el turismo industrial
- Búsqueda de sinergias con los productos de agroalimentación.
- Posicionarlas como un producto de turismo accesible
- Unificar la denominación de las Vías Verdes que atraviesan varios territorios bajo nombres diferentes o por tramos.



### 3. NECESIDADES DETECTADAS DE CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES

Si queremos seguir avanzando en la línea de orientar nuestros productos a nuestros clientes potenciales tenemos que tener en cuenta sus necesidades.

Sin ánimo de ser exhaustivos hemos recopilado algunas necesidades básicas que tendríamos que cubrir y que podrían ser requisitos mínimos obligatorios para incluir a los establecimientos en el Club de Producto Vía Verdes.

Hemos dividido estas necesidades por tipo de establecimiento:

- Alojamientos.
- Restauración.
- Empresas de soporte.
- Transporte público.
- Centros de Interpretación, oficinas de información turística.

#### 3.1 Alojamientos

- Distancia al recorrido
- Posibilidad de desayunos reforzados
- Espacio seguro para guardar bicicletas
- Espacio para el lavado de la bicicletas
- Servicio y lavado de ropa disponible para los clientes.
- Opciones básicas de autotaller (puesta a disposición de los clientes de herramientas básicas y bomba de aire)
- Venta de repuestos básicos (cámara de aire, parches, desmontables...)
- Flexibilidad en horarios de entrada o salida
- Aparcabicis
- Estacionamiento vehículos
- Información sobre la Vía Verde e información general sobre otras Vías Verdes.
- Gestión del establecimiento sostenible y respetuosa con el medio ambiente

Hay algunas iniciativas en esta línea como Bed&Bike, Bikefriendly, Accueil Velo o Wellcome Cyclist que son un elemento de diferenciación y que aportan ideas interesantes que se podrían adoptar.



### 3.2 Restauración

- Distancia al recorrido
- Menús (especiales /gastronomía regional/ consumo kilómetro cero...)
- Desayunos reforzados
- Preparación de picnic
- Tener una opción prevista para clientes que lleguen fuera del horario de comidas
- Aparcabicis
- Información sobre la Vía Verde

### 3.3 Empresas de soporte

- Transporte de equipajes
- Transporte de bicicletas
- Lavado de bicicletas
- Taller de reparación
- Alquiler de bicicletas,
- Venta y/o alquiler de repuestos y accesorios,
- Mapas, guías de rutas. Información sobre la Vía Verde e información general sobre Vías Verdes
- Información sobre los recorridos disponibles: distancia, dificultad, puntos de interés, etc.
- Aparcabicis

### 3.4 Empresas de transporte

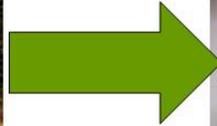
- Transporte de equipajes
- Vehículos adaptados para el transporte de bicicletas
- Condiciones y precios estipulados y publicados para el transporte de bicicletas.
- Información sobre la Vía Verde.

### 3.5 Oficinas de información

- Distancia al recorrido
- Información sobre la Vía Verde.
- Aparcabicis
- Horarios y condiciones publicitadas
- Posibilidad de organizar actividades para acompañantes que no quieran montar en bici

# Greenways Product project :

From the **Resource** ...



... to the **Product** :



Project co-financed by the Competitiveness and Innovation Framework Programme of the European Union



Project co-financed by the Competitiveness and Innovation Framework Programme of the European Union



## 4. ACCEDER A NUEVOS MERCADOS

Esta propuesta tiene una clara orientación, conseguir que las empresas turísticas asociadas a las Vías Verdes mejoren su competitividad y accedan a vender sus productos a mercados a los que ahora no consiguen llegar.



Incorporar el conocimiento de marketing, comunicación e inteligencia turística necesario para situar en un mercado cada vez más competitivo el producto del turismo en bicicleta en las Vías Verdes; teniendo en cuenta las nuevas tendencias de los consumidores y la irrupción y extensión del Social Marketing.

En definitiva dotar a las empresas de herramientas y procesos para perfeccionar su producto y/o crear nuevos productos turísticos y poder diseñar su plan de marketing y comunicación para ofertarlo a los operadores turísticos tanto nacionales como internacionales.

Tras la propuesta de metodología de creación del producto turístico, hemos detectado necesidades de esos perfiles de turistas, que nos servirán para perfeccionar los productos y que tengan una clara adaptación al mercado elegido como objetivo.

Una vez que tenemos los productos optimizados hay que colocarlos en el mercado, ése es el siguiente paso, hay que fortalecer la capacidad comercial de las empresas que ofertan las Vías Verdes. Para ello hay que introducir la estrategia y planificación de marketing como elemento estructural de las empresas.

En esa línea hay que fomentar capacidades para facilitar que los destinos y el sector empresarial concentren sus recursos en las mejores oportunidades de negocio.

Los primeros pasos deberían dirigirse a un nivel relativamente cercano contactando con minoristas y/o mayoristas que pudieran estar interesados en la oferta. Esto sería más fácil en los casos que haya alguna ciudad de gran tamaño cerca de la Vía Verde que pueda comercializar esos paquetes. Aunque el alcance sobre todo de minoristas dedicados a viajes en general será limitado por su falta de especialización y segmentación.

Por supuesto hay que hablar con los encargados de la promoción turística de cada territorio para que incluyan toda la oferta disponible y paquetizada en su plan de promoción, apoyándose en la imagen Vías Verdes.

El siguiente paso es comenzar a establecer contacto comercial con operadores más grandes. Para ello hay que conocer el sector de las agencias de viaje y tour operadores europeos especializados en turismo de naturaleza/turismo sostenible. Los canales de distribución y su función. Esta información es básica para tener oportunidades de éxito en el negocio.

Para ello hay que mantener la inquietud de apostar por la mejora de la calidad de los servicios y la búsqueda de nuevas opciones de comercialización a través de propuestas como los clubes de productos, asociaciones empresariales, marcas y sellos de calidad, etc.



Si queremos comercializar en esos operadores es necesario conocer qué están buscando y lograr establecer una relación de confianza, algo que requiere dedicación y esfuerzo. Esfuerzo que se traduce en personal y recursos dedicados a lograr que esos nuevos clientes entiendan los atributos de nuestro producto y que sepan que las empresas que lo ofertan son fiables, o sea, son buenos socios.

Sin duda también se puede apostar por lograr la comercialización directa en esos mercados, asistiendo a ferias y otros eventos, pero la vía más sencilla sigue siendo el poder entrar en el canal de las agencias de viajes ya establecidas en esos países y que conocen lo que demandan sus clientes.



Hay ferias de turismo que pueden reportar buenas oportunidades, aunque para operadores pequeños asistir a esas ferias es complicado. No sólo por los costes directos sino por falta de estructura comercial suficiente como para poder gestionar correctamente la elección

de las ferias, preparar el material adecuado, fijar agendas y realizar el seguimiento posterior de los contactos establecidos.

Una feria de turismo no dura sólo los días en que una empresa asiste a ella, son meses previos de trabajo y mucho trabajo posterior de envío de las propuestas solicitadas y de seguir esos contactos para que no se pierdan.

En el marco del presente proyecto se está elaborando una base de datos de operadores europeos, de Canadá y Estados Unidos especializados en turismo en bicicleta que son un excelente punto de partida para iniciar nuevos contactos comerciales a disposición de las empresas relacionadas con las Vías Verdes que puedan estar interesadas.

Hay unos pasos básicos a seguir y algunas cuestiones a resolver relacionadas con el propio personal, su disponibilidad de tiempo y capacidades, las páginas web de las empresas, su usabilidad y optimización para buscadores y los contenidos que ofrecen, los planes de marketing y comunicación de las empresas.

Estos elementos permiten abordar a esos nuevos mercados y tener capacidad para ello, trabajando para potenciar la visibilidad de las empresas implicadas.



Otra parte importante es la necesidad de cumplir en su totalidad los términos y las condiciones legales que exigen los mercados turísticos a los que se quiera dirigir. Las empresas deben revisar esos términos en las páginas web de los operadores elegidos una vez definido el mercado geográfico y ajustar los propios sobre la misma base.

Éste es un punto crucial que denota profesionalidad y que se encamina a fortalecer la necesaria confianza que se mencionó anteriormente. Además facilitará de forma importante los procesos cuando se tengan que hacer negociaciones con los operadores. Existen grandes diferencias en cuanto al marco jurídico y a las costumbres comerciales entre los mercados de unos países y otros.

Lo mismo es aplicable al tema de los seguros. Si nuestro mercado objetivo es el internacional, debemos conocer las coberturas habituales de los seguros de viaje de esos mercados. Se puede ofrecer un seguro adicional pero hay que tener en cuenta qué demandan los clientes de un determinado país emisor.

Esto es especialmente importante cuando el producto incluye diversas actividades e implica conocer los seguros de las empresas colaboradoras, del personal subcontratado, o de determinados recursos que se visitan.

## 5. EL CLUB DE PRODUCTO VÍAS VERDES

Un Club de Producto es una herramienta de gestión y planificación mediante la cual un grupo de empresas y organismos acuerdan trabajar de forma conjunta, de una manera organizada, con el objetivo de desarrollar nuevos productos, aumentar el valor de los productos existentes para un segmento específico de mercado, teniendo en cuenta siempre la orientación al cliente y la satisfacción de las necesidades de esos clientes.



En definitiva, una herramienta que contribuye a mejorar la calidad del producto turístico y que aporta especialización y diferenciación para los destinos y establecimientos adheridos y que permite integrar la oferta de alojamiento, restauración, ocio, comercio, equipamiento de uso público, artesanía y otros servicios.

Por poner algunos ejemplos en el caso de España, encontramos algunos clubes de producto en funcionamiento y que nos ofrecen un modelo con aspectos que se podrían incorporar:

El Club de Producto de Rutas del Vino de España y el Club de Reservas de la Biosfera, promovidos por la Secretaría General de Turismo; o el Club de Turismo Familiar, impulsado por las Comunidades Autónomas de Cataluña y Valencia. Otro club muy interesante es el de Estaciones Náuticas con un peso muy importante del sector empresarial.

Por otra parte Rusticae o Casonas Asturianas son clubs de producto de alojamiento privado y que se posicionan como sellos de calidad para diferenciarse de sus competidores.

Los objetivos generales de los Clubes de Producto suelen ser muy similares:

- Diversificar productos y servicios.
- Potenciar la calidad de los productos y servicios de los establecimientos adheridos.
- Construir redes de negocio entre los productores de servicios y actividades turísticas adheridas.
- Mejorar los productos ofertados adaptándolos a las necesidades de los clientes.
- Definir las estrategias y planes de promoción ajustados a las necesidades de cada producto en función de las circunstancias de su mercado.
- Dar a conocer esos segmentos que constituyen un importante elemento diferenciador de la oferta turística global, a fin de canalizar la demanda optimizando a su vez las acciones promocionales.
- Establecer sinergias entre las distintas administraciones públicas y las empresas privadas de un determinado sector, segmento o espacio geográfico.

Hay una serie de etapas necesarias en el desarrollo de un club de producto turístico:

1. Determinación y selección de componentes del Club. Estos han de tener relación con el producto en torno al cual se estructura el club.
2. Diseño del modelo de negocio, donde hay que definir la misión y objetivos del club, el núcleo del producto, la fijación de criterios para la adhesión al club, cómo se hará la implantación y el seguimiento. Definición de las estrategias de promoción y comercialización.
3. Definición del modelo de gestión, fórmula jurídica del club, estructura de gestión, reglamento interno, financiación, etc.
4. Implantación del club. En esta etapa hay que testar y evaluar el modelo de negocio definido en las fases anteriores y hacer los ajustes necesarios.

A partir de ese momento el club debería comenzar a lanzar ofertas turísticas dirigidas a los segmentos previamente definidos como objetivos, implantación en los mercados mediante las distintas acciones de promoción elegidas y a través de los medios de comercialización indicados.

En definitiva, emplear la inteligencia turística para conocer el grado de satisfacción de los turistas y cómo se comportan como consumidores.



El Club de Producto debe involucrar a todos los establecimientos turísticos y de servicios que quieran adherirse a él. Pero siempre que cumplan los requisitos previos definidos por el club. Hay que transmitir la idea de que todos los actores implicados tienen unos intereses similares, unos objetivos comunes y que su participación en el club de producto permite aunar esfuerzos en pos de la obtención de beneficios evaluables.

Enumeramos algunas acciones del un potencial club de producto Vías Verdes, muchas de ellas ya se han definido en la parte anterior del documento ya que se refieren a la metodología general del diseño de producto turístico:

- Del producto existente, analizar la adecuación a los objetivos planteados y perfeccionar esos productos.

- Determinar si existen otros elementos patrimoniales que podamos utilizar para configurar productos en las vías verdes.
- Definir el producto turístico Vías Verdes y los elementos que lo componen.
- Determinar los actores implicados en el proceso de creación.
- Determinar la demanda específica del producto.
- Definir los atributos del producto.
- Fijar los requisitos de los proveedores de cada servicio. Establecer los requisitos de acceso al club. Las distintas empresas o entidades habrán de cumplir unos requisitos obligatorios de índole legal y otros relacionados con la adecuación de los servicios a las necesidades de los clientes. Algunos requisitos serán obligatorios y otros podrían ser recomendados.
- Seleccionar a los empresarios que participaran en el club. La participación es voluntaria pero significa adquirir unos compromisos y estar dispuestos a realizar aportaciones económicas al club.
- Elaborar un manual de procedimientos del club, requisitos de acceso y proponer la estructura de gestión.
- Implementar el club, realizar acciones formativas para los adheridos y establecer un sistema de asistencia para los participantes.
- Elegir, tras un proceso de investigación las necesidades específicas de cada mercado.
- Diseñar la estrategia de comercialización de los distintos productos.
- Buscar la colaboración pública para la promoción de la oferta diseñada.
- Mantener informados a los socios de los resultados de forma periódica.

Una vez creado e implementado el club hay que comenzar la difusión del club y asociar su marca con las Vías Verdes.

Una de las tareas necesarias es presentar el producto a diversas mayoristas de viajes nacionales e internacionales que comercialicen productos especializados en cicloturismo y senderismo.

Para facilitar esos contactos el club debería asistir a ferias del sector y organizar algún workshop a los que asistan estas empresas. (Se adjunta como anexo III un calendario de ferias de turismo con algunas anotaciones de las más relevantes para el sector.)

También se podrían organizar algunos eventos con los medios y turoperadores especializados para darles a conocer el potencial del club de producto.

En definitiva, las Vías Verdes de Europa suponen un gran recurso que contienen un enorme potencial para constituir un verdadero producto turístico atractivo, sostenible, competitivo, temático y transnacional. Los actores implicados, tanto públicos como privados, tienen la oportunidad de trabajar conjuntamente para posicionar a estas infraestructuras y a su tejido empresarial en el mercado turístico con identidad propia.

Con este documento se pretende ayudar a sentar las bases metodológicas para que lo que hoy es ya una necesidad latente de los actores turísticos y de la demanda, pueda ser a medio plazo una realidad tangible en Europa.



# ANEXOS



## ANEXO II - SELECCIÓN DE VÍAS VERDES ESPAÑOLAS CON MAYOR POTENCIALIDAD DE GENERACION DE PRODUCTO TURISTICO EN TORNO A ELLAS

### VÍAS VERDES CON MAYOR POTENCIALIDAD:

- Vía Verde de la Sierra (Cádiz – Sevilla. Andalucía)
- Vía Verde del Aceite y Subbética (Jaén –Córdoba. Andalucía)
- Vía Verde de la Senda del Oso (Asturias)
- Vías Verdes Girona (Girona. Catalunya)
- Vías Verde del Tajuña (Comunidad de Madrid)
- Vía Verde de Ojos Negros (Teruel – Castellón. Aragón y Comunidad Valenciana)

### VÍAS VERDES A VALORAR:

- Vía Verde Sierra Norte (Sevilla. Andalucía)
- Vía Verde del Noroeste (Región de Murcia)
- Vía Verde de Val de Zafán-Terra Alta- Baix Ebre(Teruel- Tarragona. Aragón-Catalunya)
- Vía Verde del Plazaola (Euskadi – Navarra)

**ANEXO II - SELECCIÓN DE VÍAS VERDES ESPAÑOLAS CON MAYOR POTENCIALIDAD DE GENERACION DE PRODUCTO TURISTICO EN TORNO A ELAS**

VÍA VERDE	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OBSERVACIONES	DISTANCIA AEROPUERTO/FERROCARRIL DE ALTA VELOCIDAD
<b>Vía Verde de la Sierra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipo Gestor</li> <li>- Atractivos paisajísticos</li> <li>- Integración en la oferta del destino</li> <li>- Conexión litoral</li> </ul>	Escasa longitud		Aeropuertos y AVE Málaga / Sevilla
<b>Vía Verde del Aceite y Subbética</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Integración en la oferta del destino (En el caso de la Subbética)</li> <li>- En línea con la imagen de Andalucía</li> <li>- Longitud</li> <li>- Localidades a pie de la Vía Verde</li> </ul>	Separación en dos provincias con dos nombres de un producto que es común. Falta de servicios en algunos tramos en Jaén.	Apta para varios días	AVE Puente Genil
<b>Vía Verde de la Senda del Oso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Integración en la oferta del destino</li> <li>- Atractivos paisajísticos</li> </ul>		Apta para varios días	
<b>Vías Verdes Girona</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipo Gestor</li> <li>- Tejido empresarial</li> <li>- Integración en la oferta del destino</li> <li>- Longitud</li> <li>- Accesibilidad para los turistas</li> <li>- Conexión litoral</li> </ul>		Apta para varios días	Aeropuerto y AVE Girona
<b>Vía Verde del Tajuña</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accesibilidad para los turistas</li> <li>- Cercanía a Madrid</li> </ul>	Falta de integración en la oferta del destino	Producto de un día desde Madrid	Aeropuerto Barajas y AVE Madrid

**METODOLOGÍA ESPECÍFICA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO EN TORNO A VÍAS VERDES**

VÍA VERDE	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OBSERVACIONES	DISTANCIA AEROPUERTO/FERROCARRIL DE ALTA VELOCIDAD
<b>Vía Verde de Ojos Negros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accesibilidad para los turistas (aunque no es igual para todo los tramos)</li> <li>- Longitud</li> <li>- Tejido empresarial (en el lado valenciano)</li> <li>- Conexión litoral</li> </ul>		Apta para varios días	Aeropuerto Manises y AVE Valencia
<b>Vía Verde Sierra Norte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cercanía a Sevilla</li> <li>- Atractivos paisajísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accesos un poco complejos.</li> <li>- Escasa longitud</li> </ul>	Producto de un día desde Sevilla	AVE Sevilla
<b>Vía Verde del Noroeste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilidad de acceso para los turistas</li> <li>- Conexión litoral</li> </ul>	Falta de integración en la oferta del destino (aunque están trabajando en mejorarla)	Apta para varios días	Aeropuerto San Javier
<b>Vía Verde de Terra Alta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tejido empresarial activo en la zona catalana</li> <li>- Conexión litoral</li> </ul>	Falta tejido empresarial en la parte aragonesa	Apta para varios días	
<b>Vía Verde del Plazaola</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipo Gestor</li> <li>- Tejido empresarial</li> <li>- Integración en la oferta del destino</li> </ul>	Discontinuidades	Apta para varios días	Aeropuerto Bilbao



ANEXO III - CALENDARIO DE FERIAS TURÍSTICAS

Enero / January 2014						
L/Mon	M/Tue	M/Wed	J/Thu	V/Fri	S/Sat	D/Sun
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

- GMT 2014 Stuttgart: Feria de caravaning, automovilismo y turismo Alemania
- Vakantiebeurs Utrecht feria turismo ocio 2014
- Go International Travel Trade Fair 2014 Bino: Feria Internacional de Turismo, República Checa
- Congreso EFAPCO Málaga
- Holiday World Show Dublin 2014
- Festiv-Messe Wien 2013
- ITUR 2014 Feria internacional de Turismo Madrid
- Für Green 2014 Madrid: Foro de sostenibilidad y turismo
- Best Of Events International 2014 Dortmund, Alemania
- Tour & 2014 Carrara: Feria del turismo itinerante, caravanas, campings
- B&B Expo 2014 Antwerp: Feria Internacional Bed & Breakfast Belgica
- Investour 2014 Madrid: Foro de inversiones y negocios turísticos en África
- ITUR B2B 2014
- Igo, Munich-Alemania ( 26-29 Ene)
- EMTT 2014 Estambul: Feria de Turismo y Viajes Turquia
- Dresdner ReiseMarkt 2014 Dresden: Feria de turismo, Dreide
- Reise Zeit 2014 Hannover: Feria de vacaciones, Alemania
- Tourissima salón de turismo Lille 2014
- SATTE Delhi 2014, South Asia - s leading travel & tourism event ( 29-31 Ene)

Febrero / February 2014						
L/Mon	M/Tue	M/Wed	J/Thu	V/Fri	S/Sat	D/Sun
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		

- Travel Technology Show 2014 Londres: Feria Tecnología Aplicada Industria del Turismo, Inglaterra
- Reisen Hamburg 2014 Hamburg: Feria de turismo y caravaning, Alemania
- BIT 2014 Mán: Feria de turismo de Mán, Italia
- Brussels Salon des Vacances 2014
- NAVARTUR 2014 Pamplona Feria internacional de turismo Navarra
- Congreso internacional turismo rural de Navarra 2014
- Balnearia 2014 Carrara: Salón profesional de turismo y baño Italia
- Prague Holiday Word ( 20-23 Feb) 2014
- Reisevis 2014 Lillestrøm, Noruega: Feria internacional viajes
- ANATO, Bogotá, D.C. Colombia ( 26-28 Feb) 2014
- FIO, Feria Internacional de Ornitología ( 28feb-2marz) 2014

Marzo / March 2014						
L/Mon	M/Tue	M/Wed	J/Thu	V/Fri	S/Sat	D/Sun
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

- LIBERAMENTE 2014 Ferias: Salón del tiempo libre y divertimento, Italia
- ITB 2014 Berlin: Feria de turismo, Alemania
- BTL 2014 Feria internacional de Turismo, Lisboa
- BTL Bolsa Turismo Lisboa ( 12-16 march) 2014
- Dive Travel Show ( 7-9 March)
- Children's Tour 2014 Módena: Exposición de viajes y vacaciones, Italia
- INTOURMARKET ( ITM) 2014 Moscú: Feria internacional de Turismo, Moscú, Rusia
- MITT 2014 Moscú: Feria internacional Turismo, Rusia
- Salon International du Tourisme Paris 2014
- Salon du Randonneur 2014 Lyon: Feria de las excursiones y paseos, Francia
- TUR Sweden, Gotemburgo, Suecia ( 20-23 March)
- Fetures 2014 Mérida Feria de Turismo de Etnomadura
- Destinations Nature 2014 Paris: Feria de los destinos naturales de Paris, Francia
- Fa la Cosa Giusta ( 28-30 March)
- Velobertin, Feria de la movilidad y el ciclismo urbano, Berlín Alemania ( 26-30 marz)

Abril / April 2014						
L/Mon	M/Tue	M/Wed	J/Thu	V/Fri	S/Sat	D/Sun
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

- VisitScotland Expo 2014: Feria de turismo Edimburgo, Escocia
- Expo VisitScotlandexpo 2014 - Glasgow, Inglaterra
- BMT Napoli 2014: Borsa Mediterránea del Turismo
- Turisme 2014 Barcelona: Salón Internacional del Turismo de Cataluña
- MEDEX
- ART and Tourism 2014 Florencia
- Fair Handeln International ( 10-13 Apr) 2014
- ITM - Internacional Travel & Tourism Market
- WTM World Trade Market Latin America ( 23-25 Apr) 2014
- SAM 2014 Salón mundial de la montaña, Grenoble
- BONOTUR ( 25-26 abril) 2014

Mayo / May 2014						
L/Mon	M/Tue	M/Wed	J/Thu	V/Fri	S/Sat	D/Sun
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

- Expovecaciones 2014 Bilbao
- Feria des viagens 2014 Oporto: Feria de viajes, un mundo de oportunidades, Portugal
- INDABA, Sudáfrica ( May 10-12)
- Expor Costa Rica 2014
- IMEX 2014 Frankfurt: Feria internacional del turismo de regalos, Alemania
- Salón aragones del Turismo ARATUR 2014
- NATURIVA ( Mayo 9-11) Festival de los Deportes y Actividades en la Naturaleza, Hema, Madrid, España

Junio / June 2014						
L/Mon	M/Tue	M/Wed	J/Thu	V/Fri	S/Sat	D/Sun
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

- MPM Meeting Place Mexico Guadalajara ( Jun 1-3) 2014
- EUROAL 2014 Torremolinos: Salón Internacional de Turismo, Arte y Cultura
- AIBTM, American Business Travel & Meeting Exhibition ( Jun 10-12)
- ITE MCE, Hong Kong, China 2014
- Crossroads of Europe 2014 Ferrol

Julio / July 2014						
L/Mon	M/Tue	M/Wed	J/Thu	V/Fri	S/Sat	D/Sun
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

- Japan Expo 2014 Paris: Feria de cultura Japonesa, Francia

Agosto / August 2014						
L/Mon	M/Tue	M/Wed	J/Thu	V/Fri	S/Sat	D/Sun
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

- Eurobike, Friedrichshafen, Alemania

Septiembre / September 2014						
L/Mon	M/Tue	M/Wed	J/Thu	V/Fri	S/Sat	D/Sun
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

- UNIBIKE, Festbike y Expobike se unen en una sola Feria UNIBIKE, La Feria de la Bicicleta, tendrá lugar del 19 al 21 de septiembre de 2014 en IFEMA Feria de Madrid.
- FITA Ciudad de México ( Sep 4-7) 2014
- Le 2de Salon Réunir se déroulera du 18 au 19 septembre 2014 au Carrousel du Louvre.
- IFTM Paris 2014
- MAP Pro 2014 feria turismo profesional Paris Francia
- ABAV 2014 Sao Paulo: Feria de turismo de las Americas

Octubre / October 2014						
L/Mon	M/Tue	M/Wed	J/Thu	V/Fri	S/Sat	D/Sun
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

- Cultur Fair, Guadalajara, México ( Oct 2-4)
- Temakia, Argentina
- MITM Americas, Guadalajara, México 2014
- ATWS, Adventure Travel World Summit
- TTI ( Travel Trade Italia) Italy
- Asia Bike, Nanjing, China, Asia Bike Trade Show 2014
- IMEX América 2014

Noviembre / November 2014						
L/Mon	M/Tue	M/Wed	J/Thu	V/Fri	S/Sat	D/Sun
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

- WTM 2014 London, World Travel Market 2014: Feria de Turismo Londres, Inglaterra
- Solidarissimo Salon du Tourisme & de l'Economie Solidaire 2012
- EIBTM Barcelona 2014
- INTUR 2014 Valladolid: Feria Internacional del Turismo de Interior

Diciembre / December 2014						
L/Mon	M/Tue	M/Wed	J/Thu	V/Fri	S/Sat	D/Sun
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

- BTExpo Brussels Travel Expo 2014

**ANEXO IV - FORMULARIO PARA EMPRESAS POTENCIALMENTE VINCULADAS AL PRODUCTO VÍAS VERDES**





## FORMULARIO PARA EMPRESAS VINCULADAS A VÍAS VERDES

El presente formulario está dirigido a empresas de servicios que realizan su actividad en el entorno de una Vía Verde con el objeto de contar con información lo más detallada posible a la hora de diseñar paquetes turísticos que contribuyan a la articulación de la oferta existente y a la comercialización tanto nacional como internacional de la misma.

Nombre de la empresa							
Actividad principal de la empresa							
Vía Verde en la que presta servicio							
Cif				Nº de inscripción en el Registro de turismo			
Persona responsable					Cargo		
Dirección de la Empresa							
Localidad					Código postal		
Provincia				Teléfono			
Coordenadas GPS:				Móvil			Fax
Email							
Página web							
Facebook							
Twitter							
Otras redes sociales							
Idiomas que se hablan en su empresa		1.			2.		
Nivel idioma 1	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo	Nivel idioma 2	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
¿Dispone de logotipo?							

Marque con una X los servicios que ofrece su empresa:

<input type="checkbox"/>	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Restauración
<input type="checkbox"/>	Aquiler de bicicletas	<input type="checkbox"/>	Venta de productos típicos/tradicionales
<input type="checkbox"/>	Turismo activo	<input type="checkbox"/>	Visitas a bodegas/cooperativas/catas dirigidas
<input type="checkbox"/>	Otros: _____		

Rellenar las siguientes casillas si su empresa presta servicio de alojamiento:

Tipo de alojamiento

<input type="checkbox"/>	Hotel	<input type="checkbox"/>	Apartamentos
<input type="checkbox"/>	Pensión/hostal	<input type="checkbox"/>	Alojamiento rural
<input type="checkbox"/>	Albergue	<input type="checkbox"/>	Camping
<input type="checkbox"/>	Cortijo / hacienda	<input type="checkbox"/>	Otro: _____



**Complete si su establecimiento es un Hotel**

Tipología del hotel:

<input type="checkbox"/>	Urbano	<input type="checkbox"/>	Rural
<input type="checkbox"/>	Con encanto	<input type="checkbox"/>	Otro :

Localización de su establecimiento:

<input type="checkbox"/>	En el casco urbano	<input type="checkbox"/>	En las afueras
<input type="checkbox"/>	A pie de carretera	<input type="checkbox"/>	En el campo
<input type="checkbox"/>	En plena vía Verde	<input type="checkbox"/>	Otra:

Nº de habitaciones:

Tarifa

% Descuento para grupos

<input type="checkbox"/>	Individuales	<input type="checkbox"/>	€	<input type="checkbox"/>	%
<input type="checkbox"/>	Dobles	<input type="checkbox"/>	€	<input type="checkbox"/>	%
<input type="checkbox"/>	Triples	<input type="checkbox"/>	€	<input type="checkbox"/>	%
<input type="checkbox"/>	Otras:	<input type="checkbox"/>	€	<input type="checkbox"/>	%

Nº total de plazas:	<input type="text"/>	Categoría (nº de estrellas)	<input type="text"/>
---------------------	----------------------	-----------------------------	----------------------

¿Tiene algún día de cierre a la Semana? En caso afirmativo indique cual	<input type="text"/>
¿Está su establecimiento abierto todo el año? En caso negativo, indique cuando está cerrado	<input type="text"/>

Hora entrada	<input type="text"/>	Hora salida	<input type="text"/>
--------------	----------------------	-------------	----------------------

Indique si su establecimiento tiene alguna de las siguientes facilidades:

<input type="checkbox"/>	Aire acondicionado/calefacción en zonas comunes.	<input type="checkbox"/>	Aire acondicionado/calefacción en las habitaciones.
<input type="checkbox"/>	Wi-fi gratis	<input type="checkbox"/>	Wi-fi de pago
<input type="checkbox"/>	Sala de reuniones	<input type="checkbox"/>	Recepción 24 horas
<input type="checkbox"/>	Parking privado	<input type="checkbox"/>	Tv en las habitaciones
<input type="checkbox"/>	Servicio de lavandería	<input type="checkbox"/>	Menores de 12 años gratis
<input type="checkbox"/>	Se admiten mascotas	<input type="checkbox"/>	Admite pago con tarjetas de crédito
<input type="checkbox"/>	Accesible a personas con discapacidad	<input type="checkbox"/>	Otras:

Indique si su hotel ofrece directamente alguno de estos servicios complementarios:

	Desayunos , indicar horario:		Restaurante
	Piscina exterior		Spa / baños árabes
	Alquiler de bicicletas. Indique el nº _____		Alquiler de caballos
	Monitores de ruta		Gimnasio/instalaciones deportivas
	Sala para conferencias/reuniones		Piscina cubierta
	Zona infantil		Elaboración de productos ecológicos
	Venta de productos típicos		Aparcabicis seguro y techado
	Otros:		Otros:

Observaciones y fotografías:

Complete si su establecimiento son apartamentos

Tipología de los apartamentos:

<input type="checkbox"/>	Urbanos	<input type="checkbox"/>	Rurales
<input type="checkbox"/>	Con encanto	<input type="checkbox"/>	Otro :

Localización de su establecimiento:

<input type="checkbox"/>	En el casco urbano	<input type="checkbox"/>	En las afueras
<input type="checkbox"/>	A pie de carretera	<input type="checkbox"/>	En el campo
<input type="checkbox"/>	En plena vía Verde	<input type="checkbox"/>	Otra:

Nº de apartamentos:      Plazas      Tarifa por apartamento      % Descuento para grupos

<input type="checkbox"/>	Dos	<input type="checkbox"/>	€	<input type="checkbox"/>	%
<input type="checkbox"/>	Cuatro	<input type="checkbox"/>	€	<input type="checkbox"/>	%
<input type="checkbox"/>	Seis	<input type="checkbox"/>	€	<input type="checkbox"/>	%
<input type="checkbox"/>	Otras:	<input type="checkbox"/>	€	<input type="checkbox"/>	%

Nº total de plazas:       Categoría (nº de llaves)

¿Tiene algún día de cierre a la Semana?  
En caso afirmativo indique cual

¿Está su establecimiento abierto todo el año?  
En caso negativo, indique cuando está cerrado

Hora entrada       Hora salida

Indique si su establecimiento tiene alguna de las siguientes facilidades:

<input type="checkbox"/>	Aire acondicionado/calefacción	<input type="checkbox"/>	Cocina equipada
<input type="checkbox"/>	Wi-fi gratis	<input type="checkbox"/>	Wi-fi de pago
<input type="checkbox"/>	Televisión	<input type="checkbox"/>	Menores de 12 años gratis
<input type="checkbox"/>	Parking privado	<input type="checkbox"/>	Admite pago con tarjetas de crédito
<input type="checkbox"/>	Se admiten mascotas	<input type="checkbox"/>	Otras:
<input type="checkbox"/>	Accesible a personas con discapacidad	<input type="checkbox"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>

Indique si su establecimiento ofrece directamente alguno de estos servicios complementarios:

	Desayunos , indicar horario:		Restaurante
	Piscina exterior		Spa / baños árabes
	Alquiler de bicicletas. Indique el nº _____		Alquiler de caballos
	Monitores de ruta		Gimnasio/instalaciones deportivas
	Sala para conferencias/reuniones		Servicio de limpieza
	Otros:		

Observaciones y fotografías:



## Complete si su establecimiento es un Hostal/Pensión

Tipología del hostel/pensión:

<input type="checkbox"/>	Urbano	<input type="checkbox"/>	Rural
<input type="checkbox"/>	Con encanto	<input type="checkbox"/>	Otro :

Localización de su establecimiento:

<input type="checkbox"/>	En el casco urbano	<input type="checkbox"/>	En las afueras
<input type="checkbox"/>	A pie de carretera	<input type="checkbox"/>	En el campo
<input type="checkbox"/>	En plena vía Verde	<input type="checkbox"/>	Otra:

Nº de habitaciones:

Tarifa

% Descuento para grupos

<input type="checkbox"/>	Individuales	<input type="checkbox"/>	€	<input type="checkbox"/>	%
<input type="checkbox"/>	Dobles	<input type="checkbox"/>	€	<input type="checkbox"/>	%
<input type="checkbox"/>	Triples	<input type="checkbox"/>	€	<input type="checkbox"/>	%
<input type="checkbox"/>	Otras:	<input type="checkbox"/>	€	<input type="checkbox"/>	%

Nº total de plazas:

Categoría (nº de estrellas)

¿Tiene algún día de cierre a la Semana?

En caso afirmativo indique cual

¿Está su establecimiento abierto todo el año?

En caso negativo, indique cuando está cerrado

Hora entrada

Hora salida

Indique si su establecimiento tiene alguna de las siguientes facilidades:

<input type="checkbox"/>	Aire acondicionado/calefacción en zonas comunes.	<input type="checkbox"/>	Aire acondicionado/calefacción en las habitaciones.
<input type="checkbox"/>	Wi-fi gratis	<input type="checkbox"/>	Wi-fi de pago
<input type="checkbox"/>	Sala de reuniones	<input type="checkbox"/>	Recepción 24 horas
<input type="checkbox"/>	Parking privado	<input type="checkbox"/>	Tv en las habitaciones
<input type="checkbox"/>	Servicio de lavandería	<input type="checkbox"/>	Menores de 12 años gratis
<input type="checkbox"/>	Se admiten mascotas	<input type="checkbox"/>	Admite pago con tarjetas de crédito
<input type="checkbox"/>	Accesible a personas con discapacidad	<input type="checkbox"/>	Otras:

Indique si su establecimiento ofrece directamente alguno de estos servicios complementarios:

<input type="checkbox"/>	Desayunos , indicar horario:	<input type="checkbox"/>	Restaurante
<input type="checkbox"/>	Piscina exterior	<input type="checkbox"/>	Spa / baños árabes
<input type="checkbox"/>	Alquiler de bicicletas. Indique el nº _____	<input type="checkbox"/>	Alquiler de caballos
<input type="checkbox"/>	Monitores de ruta	<input type="checkbox"/>	Gimnasio/instalaciones deportivas
<input type="checkbox"/>	Sala para conferencias/reuniones	<input type="checkbox"/>	Otros:

Observaciones y fotografías:

### Complete si su establecimiento es un alojamiento rural

Localización:

<input type="checkbox"/>	En el casco urbano	<input type="checkbox"/>	En las afueras
<input type="checkbox"/>	A pie de carretera	<input type="checkbox"/>	En el campo
<input type="checkbox"/>	En plena vía Verde	<input type="checkbox"/>	Otra:

Tipo de alquiler que ofrece:

<input type="checkbox"/>	Casa integra	<input type="checkbox"/>	Alojamiento compartido (habitaciones).
--------------------------	--------------	--------------------------	--

Nº de casas:	Plazas	Tarifa por casa	€	% Descuento para grupos	%
<input type="checkbox"/>	Dos	<input type="text"/>	€	<input type="text"/>	%
<input type="checkbox"/>	Cuatro	<input type="text"/>	€	<input type="text"/>	%
<input type="checkbox"/>	Seis	<input type="text"/>	€	<input type="text"/>	%
<input type="checkbox"/>	Ocho	<input type="text"/>	€	<input type="text"/>	%
<input type="checkbox"/>	Diez	<input type="text"/>	€	<input type="text"/>	%
<input type="checkbox"/>	Otras:	<input type="text"/>	€	<input type="text"/>	%

Nº total de plazas:	<input type="text"/>	Categoría en el registro de turismo	<input type="text"/>
---------------------	----------------------	-------------------------------------	----------------------

¿Tiene algún día de cierre a la Semana?	<input type="text"/>
En caso afirmativo indique cual	<input type="text"/>
¿Está su establecimiento abierto todo el año?	<input type="text"/>
En caso negativo, indique cuando está cerrado	<input type="text"/>
Localización de las casas: en el pueblo, a la salida del pueblo, en el campo,.....	<input type="text"/>

Hora entrada	<input type="text"/>	Hora salida	<input type="text"/>
--------------	----------------------	-------------	----------------------

Indique si su establecimiento tiene alguna de las siguientes facilidades:

<input type="checkbox"/>	Aire acondicionado/calefacción	<input type="checkbox"/>	Cocina equipada
<input type="checkbox"/>	Wi-fi gratis	<input type="checkbox"/>	Wi-fi de pago
<input type="checkbox"/>	Televisión	<input type="checkbox"/>	Menores de 12 años gratis
<input type="checkbox"/>	Parking privado	<input type="checkbox"/>	Admite pago con tarjetas de crédito
<input type="checkbox"/>	Se admiten mascotas	<input type="checkbox"/>	Otras:
<input type="checkbox"/>	Accesible a personas con discapacidad	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>

Indique si su establecimiento ofrece directamente alguno de estos servicios complementarios:

<input type="checkbox"/>	Desayunos(B&B), indicar horario:	<input type="checkbox"/>	Restaurante
<input type="checkbox"/>	Piscina exterior	<input type="checkbox"/>	Spa / Jacuzzi
<input type="checkbox"/>	Alquiler de bicicletas. Indique el nº _____	<input type="checkbox"/>	Alquiler de caballos
<input type="checkbox"/>	Monitores de ruta	<input type="checkbox"/>	Gimnasio/instalaciones deportivas
<input type="checkbox"/>	Sala para conferencias/reuniones	<input type="checkbox"/>	Otros:

Observaciones y fotografías:

**Complete si su establecimiento es un Albergue**

Localización del albergue:

<input type="checkbox"/>	En el casco urbano	<input type="checkbox"/>	En las afueras
<input type="checkbox"/>	A pie de carretera	<input type="checkbox"/>	En el campo
<input type="checkbox"/>	En plena vía Verde	<input type="checkbox"/>	Otra:

Tipo de alojamiento:

<input type="checkbox"/>	Habitaciones	<input type="checkbox"/>	Cabañas de madera
<input type="checkbox"/>	Bungalós	<input type="checkbox"/>	Otro :

Nº de habitaciones: capacidad

Precio

% Descuento para grupos

<input type="checkbox"/>	Dos personas	<input type="text" value="€"/>	<input style="text-align: right; width: 50px;" type="text" value="%"/>
<input type="checkbox"/>	Cuatro personas	<input type="text" value="€"/>	<input style="text-align: right; width: 50px;" type="text" value="%"/>
<input type="checkbox"/>	Seis personas	<input type="text" value="€"/>	<input style="text-align: right; width: 50px;" type="text" value="%"/>
<input type="checkbox"/>	Ocho personas	<input type="text" value="€"/>	<input style="text-align: right; width: 50px;" type="text" value="%"/>
<input type="checkbox"/>	Diez personas	<input type="text" value="€"/>	<input style="text-align: right; width: 50px;" type="text" value="%"/>
<input type="checkbox"/>	+ de diez personas:	<input type="text" value="€"/>	<input style="text-align: right; width: 50px;" type="text" value="%"/>

Nº de cabañas/bungalós:

Plazas

Tarifa por unidad

% Descuento para grupos

<input type="checkbox"/>	Dos	<input type="text" value="€"/>	<input style="text-align: right; width: 80px;" type="text" value="%"/>
<input type="checkbox"/>	Cuatro	<input type="text" value="€"/>	<input style="text-align: right; width: 80px;" type="text" value="%"/>
<input type="checkbox"/>	Seis	<input type="text" value="€"/>	<input style="text-align: right; width: 80px;" type="text" value="%"/>
<input type="checkbox"/>	Otras:	<input type="text" value="€"/>	<input style="text-align: right; width: 80px;" type="text" value="%"/>

Nº total de plazas en cabañas:

Otro tipo de alojamiento

Nº de plazas de otro tipo de alojamiento

Nº total de plazas:

Categoría

¿Tiene algún día de cierre a la Semana?

En caso afirmativo indique cual

¿Está su establecimiento abierto todo el año?

En caso negativo, indique cuando está cerrado


Hora entrada

Hora salida



Indique si su establecimiento tiene alguna de las siguientes facilidades:

<input type="checkbox"/>	Aire acondicionado/calefacción en zonas comunes.	<input type="checkbox"/>	Aire acondicionado/calefacción en las habitaciones.
<input type="checkbox"/>	Wi-fi gratis	<input type="checkbox"/>	Wi-fi de pago
<input type="checkbox"/>	Sala de reuniones	<input type="checkbox"/>	Recepción 24 horas
<input type="checkbox"/>	Parking privado	<input type="checkbox"/>	Tv en las habitaciones
<input type="checkbox"/>	Servicio de lavandería	<input type="checkbox"/>	Menores de 12 años gratis
<input type="checkbox"/>	Se admiten mascotas	<input type="checkbox"/>	Admite pago con tarjetas de crédito
<input type="checkbox"/>	Accesible a personas con discapacidad	<input type="checkbox"/>	zona deportiva, especificar:
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Otras:

Indique si su establecimiento ofrece directamente alguno de estos servicios complementarios:

<input type="checkbox"/>	Desayunos , indicar horario:	<input type="checkbox"/>	Restaurante
<input type="checkbox"/>	Piscina exterior	<input type="checkbox"/>	Spa / baños árabes
<input type="checkbox"/>	Alquiler de bicicletas. Indique el nº _____	<input type="checkbox"/>	Alquiler de caballos
<input type="checkbox"/>	Monitores de ruta	<input type="checkbox"/>	Gimnasio/instalaciones deportivas
<input type="checkbox"/>	Sala para conferencias/reuniones	<input type="checkbox"/>	Otros:

Observaciones y fotografías:

## Complete si su establecimiento es un Camping

Modalidad:		Categoría del Camping	
------------	--	-----------------------	--

Tipo de alojamiento:

	Zona de acampada		Cabañas
	Parcelas para auto caravanas		Móvil home
	Otro:		

Capacidad

Nº de parcelas para acampada									
Nº de cabañas	2 pax		4pax		6 pax		8 pax		
Nº de parcelas para auto caravanas/móvil home	Otras:				Nº total de plazas en cabañas				
Otro tipo de alojamiento					Nº de plazas de otro tipo de alojamiento				

Nº total de plazas:

Hora entrada		Hora salida	
--------------	--	-------------	--

¿Tiene algún día de cierre a la Semana? En caso afirmativo indique cual	
--	--

¿Está su establecimiento abierto todo el año? En caso negativo, indique cuando está cerrado	
--	--

Indique si su establecimiento tiene alguna de las siguientes facilidades:

	Aire acondicionado/calefacción en zonas comunes.		Aire acondicionado/calefacción en las cabañas.
	Wi-fi gratis		Wi-fi de pago
	Sala de reuniones		Recepción 24 horas
	Parking privado		Tv en las habitaciones
	Servicio de lavandería		Menores de 12 años gratis



<input type="checkbox"/>	Se admiten mascotas	<input type="checkbox"/>	Admite pago con tarjetas de crédito
<input type="checkbox"/>	Accesible a personas con discapacidad	<input type="checkbox"/>	Supermercado/tienda
<input type="checkbox"/>	Conexión electricidad y agua en las parcelas	<input type="checkbox"/>	Zona deportiva. Especificar:
<input type="checkbox"/>	Otras:		

Indique si su establecimiento ofrece directamente alguno de estos servicios complementarios:

<input type="checkbox"/>	Desayunos , indicar horario:	<input type="checkbox"/>	Restaurante
<input type="checkbox"/>	Piscina exterior	<input type="checkbox"/>	Spa / baños árabes
<input type="checkbox"/>	Alquiler de bicicletas. Indique el nº _____	<input type="checkbox"/>	Alquiler de caballos
<input type="checkbox"/>	Monitores de ruta	<input type="checkbox"/>	Gimnasio/instalaciones deportivas
<input type="checkbox"/>	Sala para conferencias/reuniones	<input type="checkbox"/>	Otros:

## Tarifas

Parcela	€/día
Adulto	€/día
Niño	€/día
Luz	€/día
Caravana	€/día
Auto caravana	€/día
Moto/bici	€/día
Coche	€/día
Mascota	€/día
Tienda de campaña	€/día
Cabaña 2 pax	€/día
Cabaña 4 pax	€/día
Cabaña 6 pax	€/día
Cabaña 8 pax	€/día
Otros	€/día

<b>¿Realiza algún tipo de descuento? En caso afirmativo indique cual/es</b>	
---	--

Observaciones y fotografías:

## Complete si su establecimiento es un Cortijo/hacienda

Tipo de alojamiento:

	Habitaciones		Cabañas de madera
	Bungalós/apartamentos		Otro :

Nº de habitaciones: capacidad

Precio

% Descuento para grupos

	Dos personas	€	%
	Cuatro personas	€	%
	Seis personas	€	%
	Ocho personas	€	%
	Diez personas	€	%
	+ de diez personas:	€	%

Nº de cabañas /bungalós	2 pax		4pax		6 pax		8 pax		
	Otras:				Nº total de plazas en cabañas:				

Otro tipo de alojamiento		Nº de plazas de otro tipo de alojamiento	
--------------------------	--	--	--

Nº total de plazas:		Categoría	
---------------------	--	-----------	--

¿Tiene algún día de cierre a la Semana? En caso afirmativo indique cual	
¿Está su establecimiento abierto todo el año? En caso negativo, indique cuando está cerrado	
Hora entrada	Hora salida

Indique si su establecimiento tiene alguna de las siguientes facilidades:

	Aire acondicionado/calefacción en zonas comunes.		Aire acondicionado/calefacción en las habitaciones.
	Wi-fi gratis		Wi-fi de pago
	Sala de reuniones		Recepción 24 horas
	Parking privado		Tv en las habitaciones
	Servicio de lavandería		Menores de 12 años gratis
	Se admiten mascotas		Admite pago con tarjetas de crédito
	Accesible a personas con discapacidad		Alojamiento para caballos
			Otras:



Indique si su establecimiento ofrece directamente alguno de estos servicios complementarios:

<input type="checkbox"/>	Desayunos , indicar horario:	<input type="checkbox"/>	Restaurante
<input type="checkbox"/>	Piscina exterior	<input type="checkbox"/>	Spa / baños árabes
<input type="checkbox"/>	Alquiler de bicicletas. Indique el nº _____	<input type="checkbox"/>	Alquiler de caballos
<input type="checkbox"/>	Monitores de ruta	<input type="checkbox"/>	Gimnasio/instalaciones deportivas
<input type="checkbox"/>	Sala para conferencias/reuniones	<input type="checkbox"/>	Otros:

Observaciones y fotografías:



Complete si su alojamiento no coincide con ninguno de los expuestos en las categorías anteriores

Tipo de alojamiento

Localización:


En el casco urbano  
 A pie de carretera  
 En plena vía Verde


En las afueras  
 En el campo  
 Otra:

Descripción

Plazas disponibles y distribución de las mismas

Tarifas y descuentos

Categoría del establecimiento

Nº total de plazas:

Hora entrada

Hora salida

¿Tiene algún día de cierre a la Semana?  
 En caso afirmativo indique cual

¿Está su establecimiento abierto todo el año?  
 En caso negativo, indique cuando está cerrado

Indique si su establecimiento tiene alguna de las siguientes facilidades:

<input type="checkbox"/>	Aire acondicionado/calefacción en zonas comunes.	<input type="checkbox"/>	Aire acondicionado/calefacción en las cabañas.
<input type="checkbox"/>	Wi-fi gratis	<input type="checkbox"/>	Wi-fi de pago
<input type="checkbox"/>	Sala de reuniones	<input type="checkbox"/>	Recepción 24 horas
<input type="checkbox"/>	Parking privado	<input type="checkbox"/>	Tv en las habitaciones
<input type="checkbox"/>	Servicio de lavandería	<input type="checkbox"/>	Menores de 12 años gratis
<input type="checkbox"/>	Se admiten mascotas	<input type="checkbox"/>	Admite pago con tarjetas de crédito
<input type="checkbox"/>	Accesible a personas con discapacidad	<input type="checkbox"/>	Supermercado/tienda
<input type="checkbox"/>	Conexión electricidad y agua en las parcelas	<input type="checkbox"/>	Otras:

Indique si su establecimiento ofrece directamente alguno de estos servicios complementarios:

<input type="checkbox"/>	Desayunos , indicar horario:	<input type="checkbox"/>	Restaurante
<input type="checkbox"/>	Piscina exterior	<input type="checkbox"/>	Spa / baños árabes
<input type="checkbox"/>	Alquiler de bicicletas. Indique el nº _____	<input type="checkbox"/>	Alquiler de caballos
<input type="checkbox"/>	Monitores de ruta	<input type="checkbox"/>	Gimnasio/instalaciones deportivas
<input type="checkbox"/>	Sala para conferencias/reuniones	<input type="checkbox"/>	Otros:

Observaciones y fotografías:



## Complete si su empresa es un bar/restaurante

Localización de su establecimiento:

<input type="checkbox"/>	En el casco urbano	<input type="checkbox"/>	En las afueras
<input type="checkbox"/>	En una estación/hangar	<input type="checkbox"/>	En el campo
<input type="checkbox"/>	En plena vía Verde	<input type="checkbox"/>	Otra:

Indique en cuál de estas categorías se enmarca su establecimiento:

<input type="checkbox"/>	Bar	<input type="checkbox"/>	Restaurante
<input type="checkbox"/>	Cafetería	<input type="checkbox"/>	bodega
<input type="checkbox"/>	Mesón	<input type="checkbox"/>	Otra:

¿Cómo definiría la cocina de su establecimiento?

<input type="checkbox"/>	Tradicional	<input type="checkbox"/>	De vanguardia
<input type="checkbox"/>	Rápida	<input type="checkbox"/>	Temática
<input type="checkbox"/>	Buffet	<input type="checkbox"/>	Asador
<input type="checkbox"/>	Mediterránea	<input type="checkbox"/>	De temporada
<input type="checkbox"/>	Menús	<input type="checkbox"/>	Otra:

Categoría del establecimiento (tenedores)

Nº de mesas

Nº total de plazas

¿Tiene algún día de cierre a la Semana?  
En caso afirmativo indique cual

¿Está su establecimiento abierto todo el año?  
En caso negativo, indique cuando está cerrado

¿Tiene su carta en inglés?



Observaciones y fotografías:



## Complete si su empresa se dedica al alquiler de bicicletas

### Localización de su establecimiento:

<input type="checkbox"/>	En el casco urbano	<input type="checkbox"/>	En las afueras
<input type="checkbox"/>	A pie de carretera	<input type="checkbox"/>	En el campo
<input type="checkbox"/>	En plena vía Verde	<input type="checkbox"/>	Otra:

Cantidad:	Tipo	Tarifa/hora	Tarifa/día	% Descuento grupos
<input type="text"/>	Para niño	<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>	Para adulto	<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>	Triciclo	<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>	Tándem	<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>	Eléctrica	<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>	Carro	<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>	Silla porta bebe	<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>	Hand bike	<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>	Bicicletas adaptadas	<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>	Cuadriciclos	<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>		<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>		<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>		<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>		<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>		<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %
<input type="text"/>		<input type="text"/> €	<input type="text"/> €	<input type="text"/> %

Indique si su establecimiento ofrece directamente alguno de estos servicios complementarios:

<input type="checkbox"/>	Traslado de las bicicletas al punto acordado	<input type="checkbox"/>	Transporte de personas y bicicletas
<input type="checkbox"/>	Préstamo de cascos	<input type="checkbox"/>	Préstamo de frontales de luz
<input type="checkbox"/>	Rutas guiadas	<input type="checkbox"/>	Reserva de bicicletas
<input type="checkbox"/>	Información turística	<input type="checkbox"/>	Otros:



¿Tiene algún día de cierre a la Semana?  
En caso afirmativo indique cual

¿Presta el servicio durante todo el año?  
En caso negativo, indique cuando está cerrado

Observaciones y fotografías:

**Complete si su empresa se dedica a la venta de productos típicos/tradicionales o a la organización de visitas guiadas a bodegas/cooperativas**

**Localización de su establecimiento:**

<input type="checkbox"/>	En el casco urbano	<input type="checkbox"/>	En las afueras
<input type="checkbox"/>	A pie de carretera	<input type="checkbox"/>	En el campo
<input type="checkbox"/>	En plena vía Verde	<input type="checkbox"/>	Otra:

**Tipo de empresa:**

<input type="checkbox"/>	Tienda	<input type="checkbox"/>	Quesería
<input type="checkbox"/>	Bodega	<input type="checkbox"/>	Cooperativa
<input type="checkbox"/>	Almazara	<input type="checkbox"/>	

**Indique el tipo de productos que vende en su establecimiento**

<input type="checkbox"/>	Embutidos	<input type="checkbox"/>	Aceite
<input type="checkbox"/>	Repostería típica	<input type="checkbox"/>	Artesanía
<input type="checkbox"/>	Quesos	<input type="checkbox"/>	Jabones
<input type="checkbox"/>	Vinos	<input type="checkbox"/>	Licores
<input type="checkbox"/>	Recuerdos de la Vía Verde	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

**¿Ofrece visitas guiadas a su establecimiento?      ¿Realiza catas dirigidas?**

<input type="checkbox"/>	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Sí	<input type="checkbox"/>	No
--------------------------	----	--------------------------	----	--------------------------	----	--------------------------	----

**En caso afirmativo responda:**

<input type="checkbox"/>	Nº mínimo de personas	<input type="checkbox"/>	Nº mínimo de personas
<input type="checkbox"/>	Precio por persona	<input type="checkbox"/>	Precio por persona
<input type="checkbox"/>	Precio grupo	<input type="checkbox"/>	Precio grupo
<input type="checkbox"/>	Otros idiomas	<input type="checkbox"/>	Otros idiomas

**¿Elabora usted mismo en su empresa alguno de los productos que vende?**

<input type="checkbox"/>	Sí	<input type="checkbox"/>	No
--------------------------	----	--------------------------	----

En caso afirmativo indique cuales:

	Embutidos		Aceite
	Repostería típica		Artesanía
	Quesos		Jabones
	Vinos		Licores
	Recuerdos de la Vía Verde		

¿Tiene algún día de cierre a la Semana? En caso afirmativo indique cual	
¿Está su establecimiento abierto todo el año? En caso negativo, indique cuando está cerrado	
¿Realiza algún tipo de descuento? En caso afirmativo indique cual/es	

Observaciones y fotografías:

## Complete si su empresa es una empresa de Turismo Activo

### Localización de su establecimiento:

	En el casco urbano		En las afueras
	A pie de carretera		En el campo
	En plena vía Verde		Otra:

### Tipo de servicio que presta en su empresa

### Precios por persona

### nº mínimo de personas x grupo

	Rutas guiadas a pie por la vía verde		
	Animación		
	Vistas a enclaves turísticos cercanos		
	Alquiler de material para actividades		
	Puente de mono		
	Actividades acuáticas		
	Vías ferratas		
	Animación infantil		
	Rutas guiadas en bicicleta por la vía verde		
	Organización de eventos		
	Talleres de educación ambiental		
	Tirolina		
	Escalada		
	paintball		
	Actividades para personas con discapacidad		

En caso de que organice visitas a enclaves de interés turístico cercanos a la Vía Verde, indique cuales:


Indique si su establecimiento ofrece directamente alguno de estos servicios complementarios:

<input type="checkbox"/>	Transfer / taxi	<input type="checkbox"/>	Atención pequeños grupos/parejas
<input type="checkbox"/>	Información turística	<input type="checkbox"/>	Descuentos para grupos
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Otros::

Observaciones y fotografías:

Breve descripción de su empresa/establecimiento para incluir en la publicidad que se elabore:

Logotipo:

Fotografías (mínimo 2):

Gracias por su colaboración.

# GREENWAYS PRODUCT



**Coordinador del proyecto:**

Fundación de los Ferrocarriles Españoles

[www.viasverdes.com](http://www.viasverdes.com)

<http://www.viasverdes.com/greenwaysproduct/>

**Socios del proyecto:** Asociación Europea de Vías Verdes; Rogaland County Council (Noruega); Universidad de Central Lancashire. Institute of Transport & Tourism (Reino Unido); Grupo de Acción Local Polinesine Delta Po (Italia); Federazione Italiana Amici della Bicicletta (Italia); Comunidade Intermunicipal da Região Dão Lafões (Portugal); Associação Portuguesa de Corredores Verdes (Portugal); Vidzeme Tourism Association (Letonia); Fundación Vía Verde de la Sierra (España); Consorcio Regional de Transportes de Madrid (España); Y las siguientes empresas: Rutas Pangea, Iberus y Deporventura .



Project co-financed by the Competitiveness and Innovation  
Framework Programme of the European Union

**DISCLAIMER:** The sole responsibility of this publication lies with the author. The European Commission is not responsible for any use that may be made of the information contained therein