

Estimado Sres.

Nos dirigimos a usted desde la **Oficina de Gestión Técnica del Parc Natural del Túria.**

La **Conselleria de Medio Ambiente** a través de sus organismos y mediante esta Oficina, esta desarrollando el proyecto de de la creación de la **MARCA DE PARQUES NATURALES** de la Comunitat Valenciana, y en esta caso concreto la del **Parc Natural del Túria.**

Para ello estamos realizando unas Fichas de Evaluación/Distribución de Productos/Servicios Ofertados dentro del espacio de influencia del mencionado parque. En la Ficha mencionada se trata de crear un listado de **EMPRESAS DE CONFIANZA** que pudieran estar interesadas en participar en la fase piloto de este proyecto.

Entendemos que su empresa esta comprometida con la fabricación de calidad, **el respeto por el medio ambiente así como minimizar el impacto ambiental.** Esta Oficina de Gestión Técnica del Parc Natural del Túria esta en fase de extensiva de realizar contactos con el tejido empresarial del termino de Manises, ya que esta ciudad participa de forma muy importante en la aportación de espacio en este **Parc Natural del Túria.**

Concretamente al empezar con el municipio de Paterna ya tenemos relaciones con **ASIVALCO** y empresas del Polígono Industrial de Fuente del Jarro además de estar trabajando también para la cooperación y colaboración en futuros proyectos que estamos realizando para la conservación y mejora del Parc Natural del Túria

Para ello lo único que le pedimos para este proyecto es incluir el nombre de la empresa, la persona de contacto, el sector, y el número de teléfono, así como siesta dispuesto a colaborar en la implantación de la **MARCA DEL PARC NATURAL DEL TÚRIA**

Le rogamos una celeridad en contestar en función de sus posibilidades debido a poder sincronizar el tiempo de respuesta con los demás Parques Naturales de la Comunitat Valenciana

A continuación le resumimos el Proyecto de Implantación Marca

Proyecto Implantación Marca

- Parcs Naturals Comunitat Valenciana -

OBJETIVOS

- Dotar a las localidades que están dentro del ámbito de los parques naturales de herramientas que faciliten *el desarrollo de un modelo económico sostenible*:
 - *Utilizando una marca que se identifique con los parques,*
 - *Asociando la CALIDAD como atributo principal de la marca,*
 - *Que despierte una serie de valores asociados a los productos y servicios comercializados por las empresas que posean la marca, como NATURAL, AUTÉNTICO, DE CALIDAD, HECHO COMO TODA LA VIDA, ARTESANAL, SANO, AUTÓCTONO - DE AQUÍ, - "POSICIONAMIENTO" -*
 - *Contando con el compromiso de las partes implicadas: PARQUES, EMPRESAS, CONSELLERIA, VAERSA*

CLIENTES

- DOBLE PERSPECTIVA:
 - *USUARIO DE LA MARCA: empresas que utilizan la marca en sus productos y servicios*
 - *GRAN PÚBLICO: visitante de los parques naturales, potencial comprador de productos/servicios con la marca*
- *La marca aporta VALOR AÑADIDO.*
- *Desarrollo de VENTAJAS COMPETITIVAS - DIFERENCIACIÓN*

OBJETIVOS - VALOR AÑADIDO EMPRESAS USUARIAS MARCA

- *La propia marca dotará de IDENTIDAD a los productos y servicios que la posean*
- *Potenciar la comercialización de productos y servicios*
- *Diferenciación respecto a la competencia*
- *Crear "zonas de atracción" para los visitantes*

OBJETIVOS - VALOR AÑADIDO GRAN PÚBLICO

- *Ofrecer productos/servicios de CALIDAD*

- *Garantizar la calidad mediante la certificación de la marca - confianza, seguridad, sentimiento de exclusividad tanto por el entorno como por compra propio producto*
- *Aportar valor a la visita al parque mediante una oferta "completa" de productos y servicios*

OBJETIVOS INMEDIATOS

- *Definir un modelo acercado a la realidad, "no de despacho".*
- *Conocer los productos y servicios que se ofrecen en el ámbito del parque*
- *Definir familias de productos y servicios atendiendo a la identidad de cada uno de los parques*

OBJETIVOS INMEDIATOS II

- *Parque nos facilita [fichas de evaluación](#) para conocer productos/servicios del parque*
- *Contactar con 3-4 empresas de confianza para que nos faciliten información - buscar participación directa en el proceso de lanzamiento*
- *3 familias: PRODUCTO NATURAL, PRODUCTO ARTESANAL, TURISMO DE NATURALEZA*