

Ecoturismo en Parques Nacionales: descubre lo mejor de la naturaleza española

Monserrat Fernández San Miguel¹ y Ricardo Blanco Portillo²

(1) OAPN. (2) SETUR

LA NATURALEZA, UNA RAZÓN PARA VIAJAR

La naturaleza de un país es uno de los principales factores que motivan los viajes, ya que la variedad de paisajes o ecosistemas bien conservados actúan como atractivo básico de los destinos turísticos, sobre todo para el turismo de naturaleza. El buen estado de conservación de los espacios protegidos, su diversidad y el valor de sus recursos naturales, son tres de los aspectos más valorados en la elección de un destino de turismo de naturaleza.

España alberga un enorme capital natural que puede ser mejor aprovechado para generar ingresos y empleo, asegurando la sostenibilidad a medio plazo del modelo turístico. No obstante, es el país europeo con mayor biodiversidad y porcentaje de superficie protegida con un 27% incluido en la Red Natura 2000. La Red de Parques Nacionales destaca por la relevancia y singularidad de su patrimonio natural y cultural, junto con las 48 Reservas de la Biosfera Españolas (1ª posición mundial), los 11 geoparques (2ª posición mundial), y los más de 1900 espacios protegidos declarados.

La Red de Parques Nacionales es la muestra mejor conservada de los ecosistemas represen-

tativos del patrimonio natural español. Está conformada por 15 Parques Nacionales ubicados en 12 comunidades autónomas, 19 provincias españolas y 168 municipios (que vienen a constituir lo que se denominan las Áreas de Influencia Socioeconómica o AIS por sus siglas) en los que viven casi un millón y medio de habitantes. Sin embargo, no alcanzan a ocupar el 1% del territorio nacional. Todos ellos están incluidos en la Red Natura 2000 europea, 10 son además la zona núcleo de Reservas de Biosfera de la UNESCO, 4 son sitios Patrimonio de la Humanidad Natural, 4 están en la Lista de Humedales de Importancia Internacional Ramsar, 1 es Zona Especial de Protección para el Mediterráneo, 1 es Zona OSPAR y 2 forman parte de la Lista Verde de la UICN.

En el último año, casi 15 millones de personas visitaron estos exclusivos territorios. Lugares únicos, protegidos para su conservación y para el disfrute de sus visitantes, cuyas bases legales cumplieron 100 años en 2016. Un largo periodo que ha permitido desarrollar una estrategia dotada de herramientas legales, equipos de expertos profesionales y recursos económicos, que permite compatibilizar este binomio conservación-disfrute del que las empresas de ecoturismo pueden beneficiarse ofreciendo experiencias inolvidables a los visitantes de los



Parques Nacionales. Una alternativa más para el desarrollo del medio rural de una forma sostenible y sostenida en torno a estos espacios.

UNA DEMANDA TURÍSTICA EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

En los últimos años se asiste a un aumento del interés de las personas por viajar a áreas naturales y disfrutar de experiencias de ecoturismo. Este hecho se basa en unas marcadas preferencias de la demanda por realizar un consumo más responsable. Son consumidores con unas características similares en los países de nuestro entorno geográfico: buscan autenticidad, rela-

ciones humanas, el crecimiento personal y tienen conciencia social. Los turistas quieren vivir experiencias auténticas, relacionarse y descubrir a la población local de los destinos. Una parte de estos turistas desean que su viaje sirva para mejorar la calidad de vida en el destino y para preservar su patrimonio.

En España, el Plan Nacional e Integral del Turismo estimó 35 millones de pernoctaciones anuales asociadas al turismo de naturaleza. Además, se calcula que más de 500 000 turistas internacionales se desplazan a España para realizar turismo de montaña. Los segmentos de demanda de mayor relevancia para el ecoturismo –turismo rural, paisaje y naturaleza– ya

Parque Nacional de las Islas Atlánticas. Foto: José Antonio Fernández Bouzas.

RECONOCIMI- ENTOS Y CERTIFI- CACIONES	RED NATU- RA 2000 (1)	RESER- VA DE LA BIOSFE- RA (2)	DIPLO- MA EURO- PEO (3)	PATRI- MONIO HUMA- NIDAD (4)	RAM- SAR (5)	ZEPIM (6)	OSPAR (7)	CARTA EURO- PEA (8)	ISO 14.001 (9)	EMAS (10)	Q DE CALI- DAD TURÍS- TI-CA (11)	GEO PAR- QUE (12)	LISTA VERDE (13)
Aigüestortes i Estany de Sant Maurici													
Archipiélago de Cabrera													
Cabañeros													
Calders de Taburiente													
Doñana													
Garajonay													
Islas Atlánticas de Galicia													
Montfragüe													
Ordesa y Monte Perdido													
Picos de Europa													
Sierra de Guadarrama													
Sierra Nevada													
Tablas de Dalmiel													
Teide													
Timanfaya													

aportaban casi un 6% de los ingresos y de las estancias/pernoctaciones del conjunto del mercado turístico español. También se estima que entre un 5 y un 6 % del tráfico turístico español al extranjero tiene motivación ecoturística prioritaria o “pura”.

El ecoturismo es un producto que puede servir para captar nuevos segmentos de la demanda, sobre todo en los mercados emisores cercanos centroeuropeos, pero también en otros mercados más lejanos.

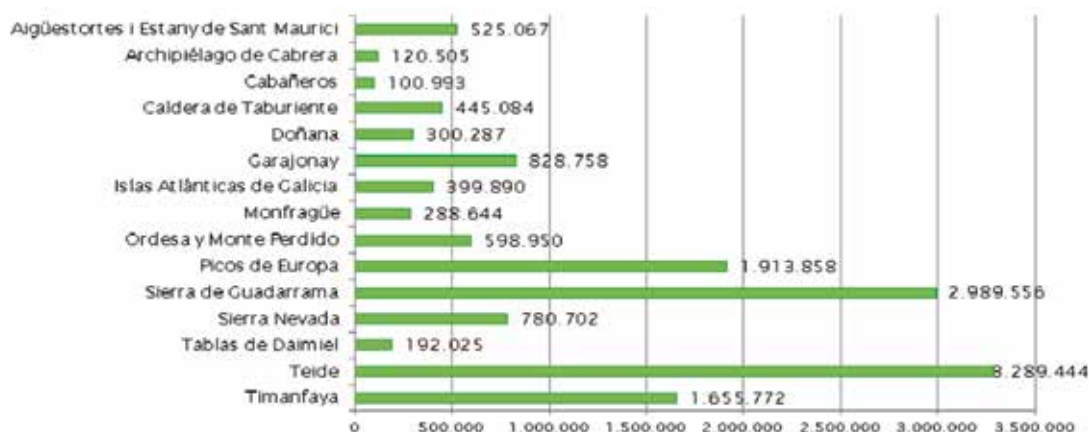
Sin embargo, aún son escasos los turistas que asumen una responsabilidad con su comportamiento en los destinos turísticos, y todavía son minoría los que eligen los servicios de empresas que aplican buenas prácticas, de ahí la necesidad de promocionar adecuadamente a nivel nacional e internacional el producto ecoturismo y su red de destinos, comunicar mejor a los turistas los aspectos de gestión de los espacios naturales y los programas de conservación, y sobre todo informarles de las ventajas de practicar ecoturismo como son: reconectar con la naturaleza, contribuir a la conservación de la biodiversidad, o mejorar su calidad de vida.

Las barreras para el consumo de la oferta turística sostenible son la escasez de esta oferta,

la dificultad para encontrarla en la promoción convencional que se suele hacer, y en algunos mercados el factor precio. El público considera que ha de ser la industria turística (sector privado y las administraciones) la que lidere la sostenibilidad.

El Organismo Autónomo Parques Nacionales posee una serie extensa de datos para medir la evolución de las visitas y un cuestionario común para la Red de Parques Nacionales, que permite conocer la distribución de visitantes y sus características, funcionando como un termómetro de la afluencia turística a los espacios protegidos de nuestro país.

Los Parques Nacionales han suscitado siempre un interés entre los visitantes nacionales e internacionales que aumenta con el paso de los años. En la actualidad, la mayor parte de los visitantes de la Red son nacionales con excepción de alguno de los Parques Nacionales canarios donde el número de turistas extranjeros supera al de los nacionales. No obstante, la variabilidad de visitantes en los diferentes Parques de la Red y su presencia en los mismos a lo largo del año es enorme. Hay Parques Nacionales que difícilmente alcanzan los 100 000 visitantes, como es el caso de Cabañeros y otros que superan permanentemente los 3 millones como ocurre en el Teide o en la Sierra de Guadarrama.



Fuente: datos aportados por las entidades gestoras de los Parques Nacionales.

El gráfico anterior incluye los datos de visitantes a cada uno de los Parques Nacionales en el año 2015.

Además, encontramos Parques Nacionales con una marcada estacionalidad, concentrándose sus visitantes en fechas clave como la Semana Santa como en el caso de Monfragüe o a principio del otoño, coincidiendo con la berrea del ciervo, como ocurre en Cabañeros. Otros Parques presentan tenencias más homogéneas a lo largo de todo el año como es el caso nuevamente de los ubicados en el archipiélago canario. A las circunstancias de localización, accesibilidad, cercanía a grandes ciudades, proximidad a otros puntos de interés turístico, entre otras cualidades que marcan la idiosincrasia de cada Parque Nacional, que hacen variar la cantidad y homogeneidad de visitantes que reciben, hay que añadir la tipología de paisajes, valores y recursos que ofrece cada Parque Nacional así como las preferencias e intereses de los visitantes, turistas o ecoturistas que se adentran en sus territorios.

Por tanto, una amplia gama de personas y grupos de personas interesadas en la contemplación de estos espacios, destacando aquellos con edades entre 35 y 55, estudios medios o superiores, empleados, con salarios medios o medios-altos que fundamentalmente quieren realizar actividades de contemplación de la naturaleza como la fotografía o la observación de paisajes, fauna o flora, o simplemente pasear.

La Red de Parques Nacionales pretende satisfacer las necesidades de sus visitantes y los datos recabados al respecto demuestran que lo realiza y con creces, ya que los visitantes de la Red puntúan sobresaliente la calidad de la visita a los Parques Nacionales.

UN MARCO INSTITUCIONAL PROPICIO

La Organización Mundial de Turismo (OMT) ha declarado 2017 como Año Internacional del turismo sostenible para el desarrollo, recordándonos que este concepto es transversal y que puede aplicarse a todos los productos turísticos. El turismo sostenible es aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

España alberga un enorme capital natural que puede ser mejor aprovechado para generar ingresos y empleo, asegurando la sostenibilidad a medio plazo del modelo turístico

La Red de Parques Nacionales pretende satisfacer las necesidades de sus visitantes y los datos recabados al respecto demuestran que lo realiza y con creces, ya que los visitantes de la Red puntúan sobresaliente la calidad de la visita a los Parques Nacionales

Para la Secretaría de Estado de Turismo del Gobierno de España, la sostenibilidad del turismo es un conjunto de medidas a aplicar en la dimensión económica, social, ambiental y de gobernanza, incorporando la participación de todos los actores que intervienen en la producción turística de un territorio.

El ecoturismo es el viaje a un área natural para conocerla, interpretarla, disfrutarla y recorrerla al tiempo que se aprecia y contribuye de forma práctica a su conservación, sin generar impactos sobre el medio y repercutiendo positivamente en la población local. Este producto ha liderado la introducción de medidas que mejoran la sostenibilidad del sector turístico, y se basa en una rigurosa planificación del recurso principal, que son los espacios protegidos, donde los criterios de conservación priman sobre los de uso turístico.

Fruto de este enfoque la Secretaría de Estado de Turismo y el Organismo Autónomo Parques Nacionales firmaron el “Protocolo de colaboración para el fomento del producto ecoturismo en la Red de Parques Nacionales y en la Red de Reservas de la Biosfera Españolas”, que tiene la vocación de servir de referencia a la gestión del ecoturismo en los espacios naturales.

Con motivo de conmemorar el Centenario de la declaración de la primera ley de Parques Nacionales en España, se celebró, en 2016 en

Daimiel, el I Congreso Nacional de Ecoturismo, que ha agrupado a 180 representantes de los actores implicados en su impulso en España y que ha dado como fruto la Declaración de Ecoturismo de Daimiel, una auténtica hoja de ruta para el sector. La declaración fue el resultado de todo un proceso preparatorio realizado con los actores implicados: comisión de seguimiento del mencionado protocolo, Directores de los Parques Nacionales, Grupo de Turismo Sostenible de la Mesa de Directores Generales de Turismo y 4º Seminario permanente del Club Ecoturismo en España del CENEAM-OAPN.

Los Parques Nacionales y las Reservas de Biosfera se esfuerzan cada día en seguir abanderando el ecoturismo de este país desarrollando herramientas estratégicas que afiancen esta actividad en sus entornos como una alternativa más para crear empleo y fijar población ligada a formas de vida de calidad y en armonía con la conservación de la naturaleza.

La ley de Parques Nacionales y los instrumentos que de ella derivan como el Plan Director de la Red de Parques Nacionales establecen las bases para adecuar la presión de los visitantes sobre sus valores naturales.

Los Parques Nacionales por su lado desarrollan, de forma participada, planes de gestión (denominados PRUG por sus siglas de Planes Rectores de Uso y Gestión), que establecen la zonificación dentro de los límites del Parque en función de la sensibilidad de sus ecosistemas a la presión de la visita. Así, las zonas más sensibles estarán dentro de las Zonas de Reserva, es decir, no son capaces de soportar la presión ejercida por el público visitante, siendo tan solo accesibles por motivos de gestión del espacio. Las Zonas de Uso Restringido, presentan una sensibilidad tal que los visitantes podrán contemplar los valores del Parque a pie sin poder abandonar los senderos establecidos para ello. Las zonas de Uso Moderado sin embargo son aquellas en las que el medio es capaz de acoger un uso público más distendido por su superficie.



Desde el Organismo Autónomo Parques Nacionales y desde los propios Parques Nacionales se viene invirtiendo en la creación y mantenimiento de una variada oferta de infraestructuras y recursos destinados a su visita: senderos, señalización, miradores, observatorios, centros de visitantes y puntos de información, así como en la elaboración de folletos informativos, mapas, guías de visita, guías para la observación de la flora y la fauna del Parque, entre otros. Se invierte también en una oferta de servicios como el de interpretación y educación ambiental o el de capacitación de los profesionales de sus áreas de influencia socioeconómica como los cursos destinados a guías turísticos.

Además de una adecuada zonificación, estudios de la capacidad de acogida de los Parques, un buen diseño del modelo de visita y la complicidad y el respeto de la población local y los visitantes, permiten que estos espacios tan singulares puedan visitarse sin deteriorarse. De este modo, los Parques Nacionales se conforman como lugares ejemplares para el desarrollo del ecoturismo.

ECOTURISMO, EL PRODUCTO TURÍSTICO MÁS BENEFICIOSO PARA LA NATURALEZA

El ecoturismo por definición incorpora los principios del turismo sostenible en relación con los impactos económicos, sociales y ambientales del turismo. Es decir, se planifica con la participación de todos los actores implicados y contribuye a la calidad de vida de la población local de los destinos donde se desarrolla. Además tiene como elemento diferencial que va dirigido al público que desea conocer, descubrir, aprender, apreciar y reconectar con la naturaleza, usando la interpretación del patrimonio natural y cultural como herramienta para configurar las experiencias.

El ecoturismo está compuesto por los servicios de uso público de los espacios protegidos, por servicios especializados prestados por guías y pequeñas empresas de actividades, y por los servicios básicos turísticos (alojamiento rural, restauración, tiendas de productos locales y transporte para desplazarse por los espacios protegidos), todos ellos prestados por micro-

Parque Nacional de Cabañeros.
Foto: Lucía Iglesias.
OAPN.

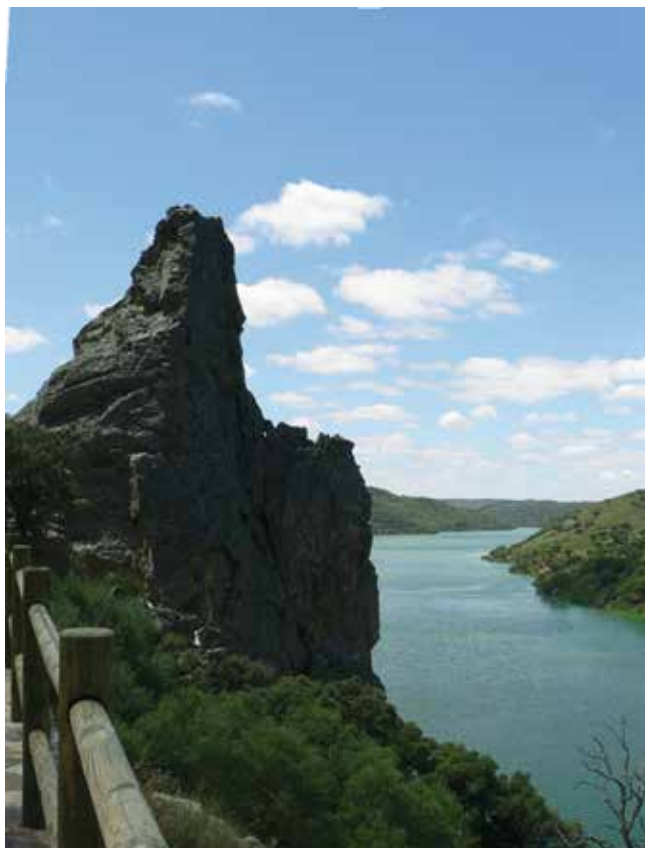
El ecoturismo es un producto turístico que se desarrolla en áreas rurales donde otras actividades económicas no tienen lugar. Por ello el ecoturismo tiene un impacto claramente positivo, y supone además la creación de empleo en áreas marginales como son los espacios protegidos, donde no es posible desarrollar actividades extractivas

empresas ubicadas en los entornos de los espacios naturales.

Además de generar empleo e ingresos, tiene como hecho diferencial, respecto a otros productos turísticos, el beneficio que reporta para la conservación de los espacios naturales y el uso sostenible de la biodiversidad, por lo que debe ser más apoyado específicamente.

El ecoturismo es un producto turístico que se desarrolla en áreas rurales donde otras actividades económicas no tienen lugar. Por ello el ecoturismo tiene un impacto claramente positivo, y supone además la creación de empleo en áreas marginales como son los espacios protegidos, donde no es posible desarrollar actividades extractivas. El ecoturismo es un producto que pueda ser muy atractivo para la marca España, dado que consiste en visitar y disfrutar de lo mejor de la naturaleza española.

En este sentido, el Organismo Autónomo Parques Nacionales ha apoyado la creación y desarrollo de empresas dedicadas al ecoturismo en las Áreas de Influencia Socioeconómicas de los Parques Nacionales mediante el Programa de Subvenciones de Parques Nacionales a las AIS que llegaron a destinar más de 1 millón de euros a proyectos de empresas de este sector. Por otro lado, se colabora con el sector del ecoturismo



de los Parques Nacionales y las Reservas de Biosfera en acciones de desarrollo y promoción del ecoturismo, no solo bajo el paraguas de los instrumentos de colaboración establecidos con la Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña, sino también mediante las acciones de difusión llevadas a cabo en exclusiva por el Organismo en ferias de turismo especializadas o generalistas en España y en el extranjero, o mediante productos de comunicación digital, o mediante acciones compartidas con otras áreas del Ministerio y que tienen efecto directo sobre el sector, como las llevadas a cabo con Caminos Naturales o Alimentos de España.

UNA OPORTUNIDAD PARA DESTACAR EL BUEN HACER DE LA CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

España destaca por haber aplicado exitosos programas de conservación de especies y hábitats con fondos europeos dinamizados por las



Administraciones ambientales y por las ONG. En los últimos años es cada vez más activa la participación de propietarios de terrenos y de ONG en estos programas de conservación aplicándolos e invirtiendo fondos propios en la conservación del patrimonio natural, ayudando a las AA.PP a captar fondos europeos, promoviendo la participación del sector primario y de los ciudadanos en la conservación, sensibilizando al público, e incluso formando a las empresas de turismo y del sector primario o educando a la ciudadanía.

En España empiezan a surgir experiencias de ecoturismo desarrolladas por ONG que ofrecen una oportunidad a la sociedad para que participe en la conservación al mismo tiempo que disfruta de la naturaleza. También las empresas de turismo comienzan a establecer de forma voluntaria mecanismos para ayudar a la conservación de la biodiversidad, al establecer procedimientos por los que el turista contribuye económicamente (directa y/o indirectamente) a

la conservación de la biodiversidad, convirtiéndose así en un auténtico ecoturista.

Es preciso recordar que el ecoturismo es un uso de la naturaleza claramente diferente de los usos extractivos o consuntivos. Sin embargo, es preciso realizar un adecuado seguimiento, dada la fragilidad del recurso del que se sirve. Por ejemplo, la observación de fauna como modalidad de ecoturismo está teniendo un auge que aconseja realizar un seguimiento específico. En algunas especies concretas se pueden producir conflictos entre observación de la fauna y otros aprovechamientos del sector primario (caza, aprovechamientos forestales, ganadería).

Desde la SG de Medio Natural del MAPAMA, el ecoturismo se contempla de forma específica en el RD 416/2014 “Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad”, en el que se proponen varias acciones para su impulso, como el sistema de reconocimiento de la sostenibilidad turística que extenderá las buenas

Parque Nacional de Monfragüe.
Foto: Rubén Serradilla Prieto.

prácticas a los espacios protegidos de las Red Natura 2000, proporcionando a su población local oportunidades para el adecuado desarrollo del ecoturismo. Esta misma subdirección ha elaborado un manual de buenas prácticas para la observación del oso, lobo y lince como las especies estrella de la observación de fauna en España, con recomendaciones útiles para el observador y para las empresas turísticas.

Los Parques Nacionales, a pesar de suponer un pequeño porcentaje del territorio español, albergan una gran riqueza natural, tanto en geodiversidad como en biodiversidad. De hecho, la última información disponible muestra que cerca del 70% de las especies de plantas vasculares y del 80% de las especies de vertebrados presentes en España, lo están en los Parques Nacionales. Si nos referimos a especies endémicas españolas, es decir, las que solamente están presentes de manera natural en España, el 43% de ellas se encuentran también presentes en la Red de Parques Nacionales. Esta riqueza y su buen estado de conservación, hacen a los Parques Nacionales lugares de gran atractivo para los amantes de la naturaleza. Instrumentos de trabajo como la Carta Europea de Turismo Sostenible u otros sistemas de calidad implantados por los Parques Nacionales junto con el desarrollo de una marca propia para distinguir productos y servicios de calidad ofertados desde la Red de Parques Nacionales, terminan de aportar valor a una fórmula de gestión modélica del y para el ecoturismo.

LA COOPERACIÓN PÚBLICO - PRIVADA PARA OFRECER EXPERIENCIAS DE ECOTURISMO SOSTENIBLE

En España la creación del ecoturismo está ligada a la implantación de un doble sistema de requisitos de sostenibilidad que deben cumplir los gestores de los espacios y las empresas de turismo. El elemento diferenciador con respecto a otros sistemas de sostenibilidad consiste en establecer un vínculo o “simbiosis” entre el gestor del área protegida y los empresarios de turismo ubicados en estos espacios y sus entornos, lo que se traduce en beneficios mu-

tuos para ambas partes, y de paso sirve a las administraciones turísticas para promocionar diferencialmente a los destinos y oferta que apuestan por la sostenibilidad. Los sistemas Carta Europea de Turismo Sostenible, producto Reserva de la Biosfera Españolas, geoparques y sistema de reconocimiento Red Natura 2000, se basan en la creación de un vínculo entre el gestor del ENP y las empresas de turismo que voluntariamente cumplen estos sistemas de requisitos o buenas prácticas en sostenibilidad.

La idea la puso en marcha la Secretaría de Turismo, a través de la Subdirección General de Desarrollo y Sostenibilidad Turística, al impulsar el club Ecoturismo en España, que se diseñó en origen asumiendo este enfoque. El club fue reconocido en el Plan Nacional e Integral de Turismo y sirvió para crear experiencias de ecoturismo en una red de destinos sostenibles. Gracias a esta iniciativa, en España las administraciones ambientales han diferenciado sus principales espacios protegidos como destinos de ecoturismo con planes de acción de turismo sostenible. Esto se refleja en los 44 espacios que tienen la Carta Europea de Turismo Sostenible (1ª posición europea), o las 13 Reservas de la Biosfera que están trabajando con el sistema de requisitos del producto Reservas de la Biosfera Españolas, y los geoparques que de forma similar están empezando a trabajar para diferenciarse como destinos, y en el futuro lo harán los espacios de la Red Natura 2000.

Este paso emprendido por las Administraciones Públicas motivó al sector privado para co-ger el testigo y agruparse para elaborar un plan estratégico común, ahorrar costes y trabajar en red a nivel nacional, con la meta de optar a una promoción diferenciada. De esta forma desde el año 2010, y gracias a la línea de apoyo a las Agrupaciones Empresariales Innovadoras, las pequeñas y dispersas asociaciones de turismo ubicadas en los espacios protegidos que fueron implantando el método club de producto se fueron agrupando y lograron crear una asociación sin ánimo de lucro que ejerce como ente gestor del club Ecoturismo en España, dando así continuidad al trabajo emprendido desde la



Secretaría de Estado de Turismo. El club Ecoturismo en España aprovecha estos sistemas para diferenciar a los espacios protegidos y a sus empresarios vinculados, de forma que trabaja a favor de las administraciones ambientales gestoras de los espacios al propiciar que en ellos se desarrolle un ecoturismo sostenible, y a favor de las administraciones turísticas al ponerles en bandeja una selección de destinos y experiencias de ecoturismo que capten el interés de la demanda internacional.

La finalidad es garantizar al consumidor experiencias sostenibles y de calidad, y al mismo tiempo ayudar a los gestores ambientales en sus objetivos de conservación, y a las administraciones turísticas en su labor de promocionar destinos y oferta turística diferenciada para la demanda. Al igual que otros clubes de producto, el ente gestor a nivel nacional coordina la

red de destinos y a las distintas asociaciones y entidades locales que se asocian al club y que operan a nivel local, de forma que esta estructura de trabajo permite el intercambio de buenas prácticas, la creación de experiencias de ecoturismo vinculadas a la marca España.

Actualmente el club se ha implantado en 27 espacios protegidos que tienen la Carta Europea de Turismo Sostenible, 9 Reservas de la Biosfera y 2 geoparques. Sin embargo, aún queda mucho camino por recorrer, dado que de estos destinos por ahora sólo 15 están trabajando en red para ejecutar acciones de promoción conjuntamente.

Por su parte, el Organismo Autónomo Parques Nacionales colabora de forma continuada con el Club de Ecoturismo y llevando a cabo acciones conjuntas de difusión y comunicación de la

Parque Nacional de Doñana. Foto: Pérez de Ayala.

El club Ecoturismo en España tiene la finalidad de garantizar al consumidor experiencias sostenibles y de calidad, y al mismo tiempo ayudar a los gestores ambientales en sus objetivos de conservación, y a las administraciones turísticas en su labor de promocionar destinos y oferta turística diferenciada para la demanda

Red de Parques Nacionales y la Red Española de Reservas de Biosfera.

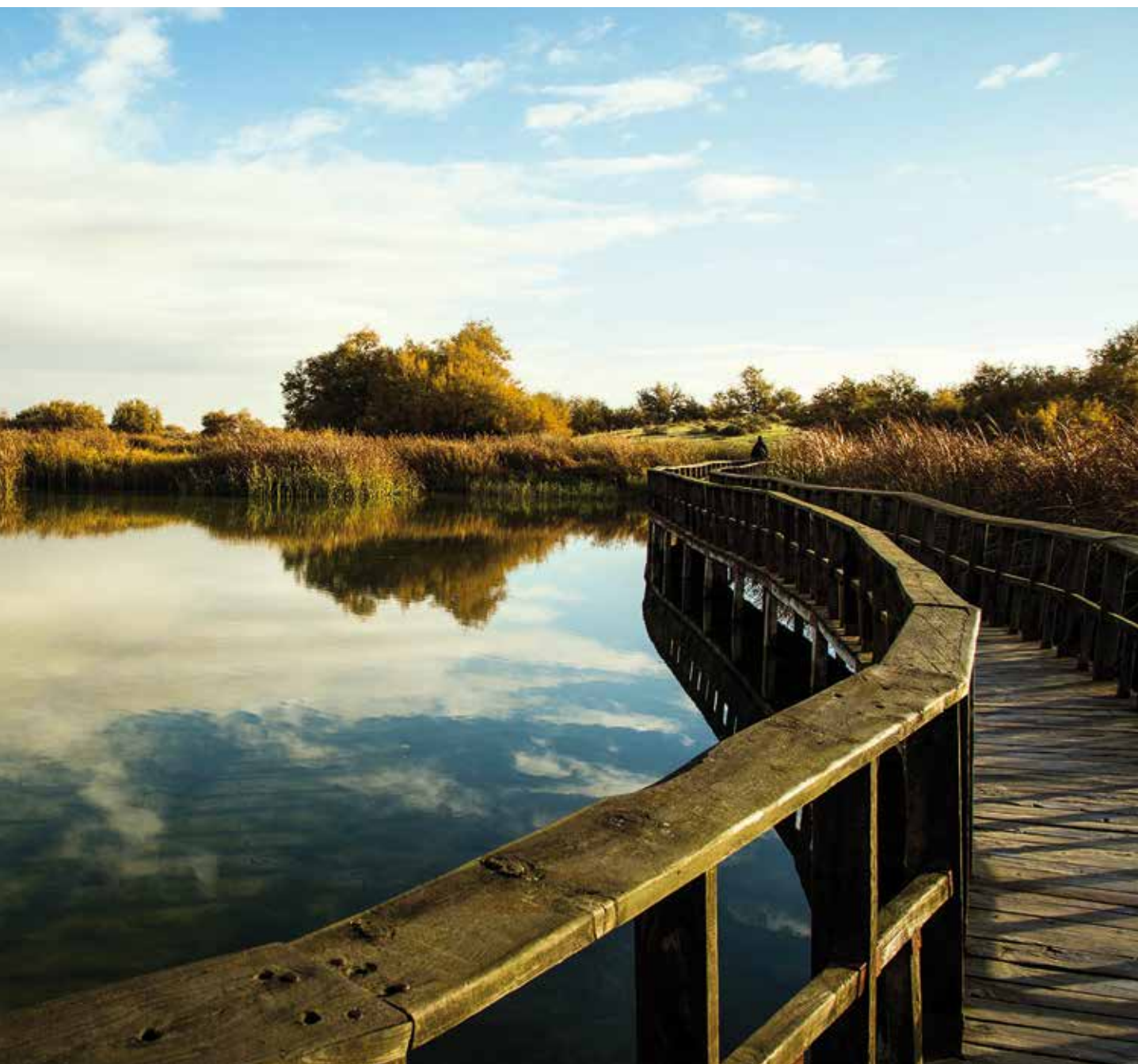
EL RETO DE UNA PROMOCIÓN DIFERENCIADA Y UNA COMERCIALIZACIÓN DE ÉXITO

Ecoturismo en España es el viaje responsable que muestra lo mejor de la naturaleza española, disfrutando de experiencias configuradas por empresas comprometidas con su conservación. Así se refleja en la Declaración de Ecoturismo de Daimiel, y en el plan de marketing del club Ecoturismo en España, elaborado gracias a un proyecto de cooperación realizado por los Grupos de Desarrollo Rural de los Parques Nacionales de Garajonay, Doñana y Sierra Nevada. En este plan se define el producto y los tipos de acciones de promoción, vinculando el ecoturismo con la necesidad de reconectar con la naturaleza que tiene cada ciudadano.

Las administraciones turísticas tienen ahora que integrar las experiencias y destinos de ecoturismo en sus programas anuales de promoción nacional e internacional, facilitando que los potenciales turistas accedan a las experiencias de ecoturismo. También deben evaluar la visibilidad por los potenciales consumidores, y en la medida de lo posible medir el retorno de la inversión



por la promoción realizada. El ecoturismo es un producto específico que puede ofrecerse a segmentos de demanda con distintas motivaciones, con el fin de que pueda ser consumido por un amplio rango de público. Deben coordinar el diseño y ejecución de los planes de marketing y acciones de promoción nacional e internacional con los actores implicados para hacer una promoción más eficiente, partiendo de un análisis



realista de sus posibilidades y recursos para no solaparse en las numerosas y diversas acciones de promoción, y buscando la co-financiación y participación del sector privado, y en contrapartida darles más participación en la selección de acciones de promoción.

La asignatura pendiente es la comercialización, pues es preciso abordar una estrategia integral

de venta, usando todos los canales posibles. Vender ecoturismo es poner en el mercado experiencias integrales, no simplemente servicios sueltos de alojamiento rural. Para ello es preciso primero pulir el diseño de experiencias, y contactar con las agencias de viaje emisoras en el extranjero y receptoras en España a las que presentar el producto y convencer para que sus clientes lo consuman. ❁

Parque Nacional de las Tablas de Daimiel. Foto: Lucía Iglesias. OAPN.

Recuadro 1

LA DECLARACIÓN DE DAIMIEL, UNA PROMETEDORA HOJA DE RUTA

La Declaración de Ecoturismo de Daimiel es un primer paso para coordinar con las Comunidades Autónomas y el sector privado los esfuerzos para impulsar el ecoturismo en nuestras redes de espacios protegidos, meta compartida con el Organismo Autónomo Parques Nacionales en la Red de Parques Nacionales y en las Reservas de la Biosfera.

La Declaración es un documento que sirve para orientar a todos los actores implicados para que el ecoturismo en España incremente sus repercusiones positivas: rentabilidad de las pequeñas empresas que lo ofrecen, creación y mantenimiento del empleo en áreas rurales, y contribución a la conservación del patrimonio de estos espacios.

La Declaración establece, entre otras, las siguientes recomendaciones:

A los responsables de la gestión del recurso biodiversidad y de los espacios naturales protegidos (gestores de espacios, tercer sector ambiental que protagoniza acciones de conservación, propietarios de terrenos):

Que los instrumentos de planificación y gestión de los espacios naturales incorporen el término ecoturismo con criterios de conservación, habilitando mecanismos y fórmulas para vincular el producto con las acciones de conservación del patrimonio del espacio donde se efectúa el ecoturismo, contando para ello con la participación de las entidades del tercer sector ambiental, de los propietarios de terrenos, del sector empresarial y de los ciudadanos.

Los gestores ambientales deben establecer un sistema de ventajas y beneficios que diferencien a las empresas de turismo adheridas del resto de oferta turística, incentivándolas por su compromiso voluntario para aplicar medidas que disminuyen los impactos ambientales de sus negocios, y por vincularse con los gestores de los espacios para ayudarles en su labor de conservación y sensibilización de los visitantes y turistas.

Deben cooperar con las organizaciones no gubernamentales del tercer sector ambiental para propiciar que los ciudadanos se conviertan en ecoturistas, al participar en experiencias de ecoturismo vinculadas a los programas de conservación de la biodiversidad que promueven las fundaciones y asociaciones especializadas en conservación.

A los responsables de la planificación y promoción turística (niveles nacional, autonómico y local):

Incorporar el ecoturismo a sus planes estratégicos y a sus planes de promoción, como un producto a apoyar diferencialmente por las positivas repercusiones que tiene sobre el medio ambiente, las economías locales y la sensibilización de los turistas que lo practican, diseñando actuaciones específicas para su apoyo.

Diseñar y poner a disposición de las administraciones ambientales un conjunto de medidas o beneficios para que puedan ofrecérselos a las empresas que apuestan por el ecoturismo e invierten en ejecutar sus planes de mejora ambiental.

Las administraciones turísticas deben diseñar mecanismos financieros que reviertan las inversiones turísticas en la gestión de los espacios naturales protegidos, y establecer programas de formación sobre instrumentos de comunicación, promoción y canales de venta.

Deberán establecer líneas de ayudas para las empresas que quieren adaptar sus establecimientos y servicios turísticos, aplicando planes de mejora ambiental para cumplir los requisitos del club que les permitirán ahorrar costes y diferenciarse frente a la demanda.

Que apoyen iniciativas locales de promoción del ecoturismo vinculadas al sector primario, donde los productos locales de los espacios protegidos sean un elemento más de las experiencias de ecoturismo.

A las empresas proveedoras de servicios de ecoturismo:

Deben valorar la implantación de sistemas voluntarios de requisitos que acrediten la oferta de ecoturismo (requisitos del club ecoturismo) y la adopción de buenas prácticas de calidad turística.

En el ámbito de la sostenibilidad deben incluir acciones de responsabilidad social corporativa para sus empleados.

Deben cooperar con el gestor del espacio natural donde estén ubicadas en proporcionar información a sus clientes sobre el espacio y sus valores, en la promoción conjunta, en la comunicación de la gestión activa que se hace del espacio protegido como destino de ecoturismo sostenible.

Las empresas deben fomentar nuevas motivaciones en sus clientes por aprender, interpretar la naturaleza y consumir productos locales vinculados al ecoturismo. Deben considerar la necesaria interacción entre el turista y los recursos.

Las empresas deben implicarse de forma práctica en las acciones de conservación del patrimonio y la biodiversidad (sistemas *payback*), apoyando causas locales y acciones de conservación protagonizadas por los gestores de los espacios protegidos y/o por las entidades del tercer sector ambiental.

A las asociaciones profesionales con oferta de ecoturismo y al ente gestor del Club Ecoturismo en España:

El club ecoturismo debe volcarse en crear comunidades de consumidores del producto, mejorando las herramientas de promoción y fidelización, diseñando ventajas para el consumidor responsable que quiera sentirse parte de un producto que beneficia la conservación de la biodiversidad española.

Debe buscar mecanismos de financiación pública y privada para mantener el club. Se deben explorar patrocinios y mecenazgos como fórmulas complementarias.

A las agencias de viaje y portales interesados en ecoturismo:

Que conozcan la red de destinos y empresas de ecoturismo que hay en España y que cumplen con unos requisitos de calidad y sostenibilidad que garantizan a los turistas experiencias satisfactorias y positivas para la conservación de la biodiversidad.

Que consideren los destinos de ecoturismo que hay en España a la hora de elaborar sus catálogos de turismo de naturaleza. Deben tener en cuenta a las empresas de turismo que apuestan por este producto en sus paquetes comerciales, procurando destacar que sus experiencias y paquetes de ecoturismo están configurados por empresas locales comprometidas con la conservación de los espacios naturales que ofrecen.

A los medios de comunicación:

Que conozcan el significado del Ecoturismo en España y sus repercusiones y colaboren para colocar este producto en la mente de los ciudadanos, y ayudarles a distinguir las empresas que han invertido en ser más sostenibles.

Que sean rigurosos en la información que proporcionan sobre los destinos de ecoturismo, y sobre las empresas cuidando y sensibilizando a sus audiencias sobre los problemas de conservación de la biodiversidad.

A los ciudadanos interesados en disfrutar del ecoturismo:

Que cuando elijan su viaje valoren destinos de ecoturismo diferenciados como sostenibles, y reserven servicios turísticos de las empresas adheridas que apliquen buenas prácticas.

Al practicar ecoturismo tienen la oportunidad de formar parte de una comunidad de ecoturistas que les garantiza destinos y servicios de ecoturismo que son sostenibles y experiencias singulares para distintos tipos de público.

Que exijan a las empresas el cumplimiento de los requisitos que las hacen diferentes frente al resto de servicios de turismo.

Que colaboren con los gestores de los espacios naturales comportándose adecuadamente durante su visita a estos destinos de ecoturismo.

Que se informen para contribuir a los programas y acciones de conservación de la biodiversidad que les ofrecen los destinos agrupados en el Club Ecoturismo en España.

Que hagan de prescriptores contando su experiencia a sus redes socio-profesionales y ayudando a las empresas de ecoturismo para captar nuevos consumidores.



Clausura Congreso de Ecoturismo de Daimiel. Foto: Lucía Iglesias. OAPN.