

ACTA DEL 8º SEMINARIO PERMANENTE ECOTURISMO EN ESPAÑA

1. INTRODUCCIÓN

El Seminario permanente Club Ecoturismo en España es el espacio anual de reunión, debate y trabajo en red de los destinos adheridos al Club Ecoturismo y de los actores implicados su impulso. Es un espacio de trabajo para avanzar de forma práctica en la resolución de las necesidades del ecoturismo y en las acciones de mejora.

El Seminario permanente del Club Ecoturismo en España es una fórmula para trabajar en su impulso de forma participada, y se ha consolidado como seminario permanente contemplado en el Plan anual de Actividades del CENEAM.

Con la situación actual impuesta por la COVID19 se hace necesario seguir con este seminario, esta vez a distancia, para dar continuidad al espacio de debate y evaluación sobre este producto.

El 8º Seminario del Club se ha celebrado ON LINE y ha permitido desarrollar sesiones plenarias con los gestores de los destinos del Club, **sesiones cortas** divulgativas del Club dirigidas a asociaciones que aún no son del Club y **sesiones de trabajo** en común con los destinos del Club.

2. OBJETIVOS

- Analizar la evolución del producto Ecoturismo en España, considerando el marco de la colaboración público – privada con el Club Ecoturismo en España y la situación actual de crisis de la demanda turística.
- Valorar el grado de cumplimiento de la hoja de ruta de la Declaración de ecoturismo de Daimiel y sus recomendaciones, con el fin de proponer una nueva hoja de ruta para los próximos años.
- Mostrar las herramientas del Club Ecoturismo en España, evaluar el uso que hace cada uno de los gestores locales, y proponer mejoras.
- Comunicar los procedimientos de trabajo del Club de producto para que los gestores locales se comprometan a un uso continuo, mejorando la visibilidad del producto y su red de destinos.
- Divulgar el Club Ecoturismo en España.

3. ASISTENTES

La realización del seminario mediante video conferencias online ha permitido aumentar el número de participantes, sobre todo con el diseño de sesiones específicas dirigidas a plantear una mejor cooperación entre los actores implicados para impulsar el producto Ecoturismo en España. Han participado en el 8º Seminario:

- Todas las asociaciones de turismo y entidades gestoras de destino que son socios de la Asociación Ecoturismo en España, adheridas al Club o en proceso de adhesión.
- Técnicos de las administraciones turísticas de las 17 Comunidades Autónomas (CCAA), que han participado en la sesión específica de promoción.
- Otras asociaciones de turismo y entidades ubicadas en espacios protegidos que estén interesadas en formar parte del Club Ecoturismo en España.

El nº de participantes por sesión ha sido un éxito:

- Sesión plenaria 1 (Situación del Club Ecoturismo y sus herramientas): 59
- Sesión de trabajo 1 (Huella de carbono): 38
- Sesión plenaria 2 (Ecoturismo y COVID-19): 45
- Sesión de trabajo (promoción y comercialización CCAA): 102
- Sesión divulgativa: 64

4. PROGRAMA

MIÉRCOLES 11/11:

10:00 h: *Presentación del Seminario.*

El director del CENEAM (Álvaro Torres) y Ester Bueno y Ricardo Blanco (coordinadores del Seminario) dieron la **bienvenida, agradecieron la elevada participación y de nuevo se reconoció al Seminario Club Ecoturismo en España como el encuentro de trabajo para el sector** y una de las herramientas principales del Club Ecoturismo en España. Se expusieron los objetivos del 8º seminario haciendo hincapié en que **los participantes deben aprovechar las herramientas del Club para seguir trabajando como una red de destinos de Ecoturismo en España.**

10:15 – 13:00 h: SESIÓN PLENARIA 1. Situación del Club Ecoturismo en España

10:15 h: *Evolución del producto Ecoturismo en España.* Ricardo Blanco, Jefe de área de la Secretaría de Estado de Turismo.

Ricardo Blanco presentó la situación del producto por Comunidades Autónomas, el grado de cumplimiento de la hoja de ruta de Daimiel y el Programa de planes de sostenibilidad turística como instrumento.

El producto Ecoturismo en España está siendo impulsado por la **Secretaría de Estado de Turismo (SETUR)**, y por el sector privado agrupado en la **Asociación Ecoturismo en España (AEE)** como ente gestor a nivel nacional de este club de producto. El **Club de producto Ecoturismo en España** es uno de los clubes de productos turísticos nacionales apoyados por la SETUR. En los últimos 3 años ha aplicado el **Observatorio de Ecoturismo en España**, como herramienta básica para mejorar el conocimiento de la demanda, la oferta y las repercusiones del producto, y al mismo tiempo evaluar el funcionamiento de los gestores locales del Club.

Los años transcurridos tras la declaración de Daimiel (2016) hasta el 2020 han logrado consolidar al Club Ecoturismo gracias al buen funcionamiento de su ente gestor, la Asociación Ecoturismo en España. De esta forma se dispone ya de un conjunto de territorios que ofrecen el producto Ecoturismo en España (www.soyecoturista.com), organizados gracias a la aplicación del método club de producto para llegar a los segmentos de la demanda más interesados en disfrutarlo. **La mayor parte de las actuaciones propuestas en la Declaración de Daimiel han sido ejecutadas con éxito, excepto algunas que no se han podido realizar**, como es una campaña institucional de comunicación y sensibilización sobre el producto ecoturismo, una mayor divulgación del Club en las CCAA y una mejor difusión ente los potenciales consumidores del producto.

En todos estos destinos del Club **las asociaciones locales de empresas de turismo y los gestores locales de los espacios protegidos** están trabajando para promocionar este producto, por lo que necesitan mecanismos que les permitan poner en común sus necesidades y proponer soluciones compartidas para impulsar este producto a nivel internacional de forma conjunta con las administraciones turísticas y ambientales, propiciando fórmulas de cooperación, ofreciendo así un conjunto de destinos preparados para disfrutar de un ecoturismo sostenible.

En el 2020 desde la Secretaría de Estado de Turismo se ha puesto en marcha el **Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos**. En este marco se han aprobado 25 planes que serán ejecutados por las Entidades Locales que los han presentado durante los próximos 3 años. **Se van a ejecutar 7 planes en destinos del Club Ecoturismo en España** que mejorarán las condiciones de estos destinos para recibir turistas y dotarán de mayores capacidades a los gestores locales de estos destinos. Se estima que otros 9 destinos que cuentan con un plan podrían interesarse por el producto Ecoturismo en España e implantarlo durante la ejecución del plan de sostenibilidad turística.

Es importante generar un socio-ecosistema favorable para el desarrollo del producto, y recordó como esto depende en muchas ocasiones de las personas y de las voluntades. En esto recordó a dos personas que nos han dejado este 2020: **el Nutri** (Francisco Guerra), maestro en interpretación del patrimonio y excelente comunicador, y **Vitorino** (Quei Vitorino), empresario de turismo y auténtico guardián de Fuentes del Narcea, uno de los paraísos del Ecoturismo en España. Es su labor la que nos anima a seguir impulsando estos paraísos mediante experiencias basadas en la interpretación.

10:30 h: Situación del Club Ecoturismo en España, resumen de situación.

Amanda Guzmán, gerente de la Asociación de Ecoturismo en España, presentó la situación del Club Ecoturismo, los destinos adheridos, las herramientas del Club y todas las novedades.

La labor de la gerencia está siendo crucial al ser el único interlocutor del producto Ecoturismo en España, impulsar y extender el Club, divulgar el producto Ecoturismo en España, poner a disposición de los socios la caja de herramientas del Club, facilitar que las asociaciones locales

que puedan beneficiarse de las acciones de promoción internacional que se hacen con Turespaña, llevar todo el seguimiento y secretaría, y participar en varios proyectos nacionales e internacionales que están contribuyendo a que Ecoturismo en España y su marca soyecoturista sean cada vez más conocidas.

10:45 h: Observatorio de Ecoturismo en España.

Amanda Guzmán, gerente de la Asociación de Ecoturismo en España, presentó los resultados del cuestionario de demanda, del cuestionario de oferta y de la campaña promocional, y los resultados de implicación por destinos y por empresas. **El Observatorio es la principal herramienta de conocimiento sobre el consumidor** que aporta a las empresas del Club el perfil del ecoturista, sirviendo para orientar las acciones de promoción. **Aporta conocimiento sobre las repercusiones y beneficios del ecoturismo** para el empleo y el medio rural, **y sirve para valorar la gestión turística de los actores implicados en cada destino del Club.**

Se concluyó que **para mejorar los resultados del Observatorio es necesario que las asociaciones locales mejoren la implicación de las empresas de cada destino en el uso del cuestionario** de demanda que va unido a la labor de promoción del producto Ecoturismo en España.

11:00 h: Presentación de resultados sobre el grado de uso de las Herramientas del Club Ecoturismo por cada destino.

Se presentó uno de los resultados principales del Observatorio: la evaluación de la caja de herramientas del Club. A nivel nacional destaca el papel de la AEE como interlocutor del sector, sobre todo en esta época de crisis de la demanda provocada por la COVID19, la labor de la gerencia y la caja de herramientas, el hecho de contar con 18 destinos del Club y 470 empresas turísticas detrás, el relato de la marca soyecoturista, el boletín para profesionales y el boletín para los consumidores ecoturistas captados en la campaña del observatorio y en las ferias y labor de divulgación realizada, la buena cooperación con las OET que están haciendo una eficaz campaña de promoción online del producto en varios mercados internacionales (sobre todo en Centroeuropa)

Se presentaron los resultados prácticos de las herramientas del Club a nivel nacional, y una valoración que cada socio del Club ha hecho sobre el grado de uso que hace de las distintas herramientas.

11:30 h: Sesión de trabajo: Uso actual de las herramientas del Club: web, fichas de experiencias, viajes de familiarización, campañas en redes sociales, asistencia a ferias, newsletter, etc.

Los socios del Club concluyeron sobre la importancia de usar mejor la caja de herramientas del Club. Se acordó que **se usará la ficha descriptiva de la situación de cada uno de los destinos del Club para el seguimiento del mismo de forma anual**. Esta ficha se usará como base de partida para planificar mejoras del producto y la gestión del destino en cada uno de los destinos del Club.

Se recomienda que las asociaciones locales mejoren su nivel de trabajo y cooperación con la gerencia para poder aprovechar de forma más eficiente las herramientas (web, boletín, presentaciones del Club, etc).

16 - 17:30 h: SESIÓN DE TRABAJO 1: Sistemas de contribución a la conservación y compensación de huella de carbono.

Exposición de propuesta de creación de un programa de compensación de huella de carbono en espacios naturales vinculados al Club Ecoturismo en España. Emma Pons, Asociación de Ecoturismo en España. Intercambio de experiencias y debate sobre la propuesta.

Resumen de conclusiones.

- Reforzar la formación básica sobre biodiversidad, valores del ENP, etc. a las empresas de ecoturismo.
- Facilitar y ofrecer a las empresas un sistema para que puedan contribuir de manera efectiva y directa a la conservación de la naturaleza de su ENP, **el 39% de las empresas vinculadas a la AEE contribuye de manera directa y efectiva a la conservación generando fondos para ello**. Para ello se propone crear un programa de compensación de gases de efecto invernadero (GEI) en Espacios Naturales vinculados al Club Ecoturismo en España, de carácter voluntario, con el objetivo de ofrecer a las empresas de ecoturismo vinculadas a la AEE y a los consumidores de productos y servicios ecoturísticos la posibilidad de compensar las emisiones de GEI en proyectos o actividades destinadas a la conservación de la biodiversidad en los espacios naturales vinculados a los destinos adheridos al Club Ecoturismo.
- **Ofrecer una herramienta sencilla y adaptada a las necesidades y características de las empresas de ecoturismo** para calcular la huella de carbono. Existe gran interés en ello, pero muchas de las empresas no lo hacen por el alto coste que supone contratar una empresa especializada y el tiempo que puede requerir este proceso.

JUEVES 12/11:

9:30-10:45 h SESIÓN PLENARIA 2: Comportamiento del ecoturismo en la época COVID19

En este bloque se hace hincapié en el impacto en el sector de la COVID-19, problemas, necesidades y soluciones propuestas.

Amanda Guzmán, gerente de la Asociación de Ecoturismo en España, expuso los **resultados de cuestionario de repercusión de la COVID-19** enviado a las empresas de ecoturismo en septiembre, **en el marco de del Observatorio Ecoturismo en España**.

Posteriormente se realizó **una ronda de intervención de algunos destinos del Club sobre cómo ha afectado, está afectando y se prevé que afecte la COVID-19 en su destino** (problemas encontrados, necesidades detectadas, oportunidades identificadas, soluciones tomadas).

Se desarrolló así mismo un **debate abierto sobre la situación y posibles acciones a desarrollar** por los destinos, las administraciones públicas y el Club Ecoturismo en España.

El cuestionario a las empresas ha constatado un cambio en el perfil del viajero:

- Procedencia del cliente. Más cercano, local, misma CCAA, y prácticamente todo nacional.
- Estancias más largas en algunos destinos. (Valles Occidentales, Somiedo, Fuentes del Narcea, Delta del Ebro, Sierra de Aracena, Sierras de Cazora)
- Estancias más cortas en otros destinos. (Sierra Espuña, Lanzarote)
- Más turismo familiar.
- Cliente más generalista, menos interesado en naturaleza e idiosincrasia del territorio, más interesado en confort y aislamiento, y con una menor sensibilización ambiental.
- Mayor poder adquisitivo del viajero en algunos destinos (Villuercas, Delta del Ebro)

Sobre el grado de ocupación en los distintos meses en el caso de los alojamientos y las empresas de actividades, en julio y agosto han podido tener actividad algo más similar al año anterior, pero todavía por debajo de los niveles de años anteriores. Teniendo en cuenta que aquí se incluyen las empresas de alojamiento y actividades de Canarias, cuyo ha resultado ha sido bastante inferior, se infiere que las empresas de la península sí han podido tener una actividad similar o en algunos casos, sobre todo en alojamientos, hasta superior.

Posibles acciones de futuro:

La actual coyuntura del sector turístico provocada por la COVID-19 ha puesto de manifiesto la **importancia de trabajar en red** y de mantener el modelo de cooperación y gobernanza público–privada que la Asociación de Ecoturismo en España viene impulsando desde su creación

Se ha consolidado el papel de la AEE como interlocutor del sector ante organismos nacionales e internacionales, especialmente con la Secretaría de Estado de Turismo. SE debe seguir trabajando en el **reconocimiento fiscal de las empresas de ecoturismo**. Ante la imposibilidad de muchas pequeñas y medianas empresas y de autónomos del sector del ecoturismo y turismo activo a acceder a las líneas de financiación ICO por no tener un CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas) propio o de optar a la prestación extraordinaria por cese de actividad por no estar recogidos en el RD del Estado de Alarma, se ha facilitado un escrito que describe la situación y propone soluciones concretas que sean aplicadas por las

administraciones competentes. Por otro lado, también se transmite la necesidad de que esta actividad cuente con un epígrafe específico de CENAE e IAE, para ser reconocidas, contar con datos estadísticos del sector, y seguir avanzando en la necesaria reducción del IVA de estas actividades de 21% al 10% que es el que se aplica al resto del sector turístico.

El notable aumento de viajeros en espacios naturales vivido este verano constata la necesidad de mejorar y reforzar las acciones de comunicación y sensibilización ambiental hacia este nuevo perfil de viajero, más generalista y con menor conciencia ambiental, pero que demanda actividades en contacto con la naturaleza.

Es muy necesario **distinguir el producto de ecoturismo de otros productos que puedan resultar similares** y que también tienen lugar en la naturaleza, como el turismo activo o el turismo rural, y poner en valor los valores que hacen del ecoturismo

La comunicación será clave para posicionar el producto ecoturismo en España. Una comunicación y promoción específica y eficaz serán clave para llegar al consumidor final y posicionar los destinos y empresas de ecoturismo una vez se reactive la actividad turística. En las campañas de comunicación que se lancen al mercado nacional para viajar en España, es importante que queden reflejadas las pymes y autónomos y que muestre los atributos del ecoturismo.

La situación de crisis actual ha generado una **oportunidad para visibilizar, poner en valor y rentabilizar el esfuerzo realizado por los destinos y empresas del Club Ecoturismo**, comprometidos con la sostenibilidad y la calidad, que ofrecen experiencias en la naturaleza, en destinos no masificados y saludables.

Para ello **necesitamos promocionar de forma diferenciada el ecoturismo, saber comunicar las ventajas frente a otro tipo de productos** que también tienen lugar en la naturaleza (turismo activo, esparcimiento, aventura, etc.). No todas las actividades que se desarrollan en la naturaleza son ecoturismo, ni tienen por tanto sus beneficios y sus garantías para los viajeros, los empresarios y los habitantes de los destinos. Las garantías de minimizar impactos, contribuir a valorar y conservar el patrimonio natural y cultural, y repercutir positivamente en las comunidades locales.

Visibilizar beneficios y valor añadido del ecoturismo realizarlo con auténticos profesionales.

Fomentar contratación de actividades guiadas

Sensibilizar al nuevo ecoturista - educación del viajero.

Asegurar buen uso del término ecoturismo por administraciones y empresas.

Impulsar la creación y promoción de nuevos productos: exclusivos, pequeños grupos, científico, calidad.

Es muy importante tener en cuenta e implicar a la población local, hacerla partícipe de las medidas de seguridad que se toman, para que también las apliquen y se sientan seguros.

También se hace necesario sensibilizar al nuevo viajero, al nuevo cliente, que se asoma por primera vez a este tipo de turismo y no está tan concienciado en la necesidad de cuidar el entorno. Se han detectado problemas de impactos y basuras, por ejemplo.

Es el momento de preparar herramientas y materiales para tener listos productos y una campaña de promoción para cuando se pueda volver a viajar. Hay que posicionar la marca, el ecoturismo, nuestros destinos y empresas, en la mente del viajero. Estos materiales han de ser atractivos y fundamentalmente audiovisuales.

Es una oportunidad para promocionar épocas y lugares menos conocidos, menos concurridos.

11:00- 13:30 h: SESIÓN DE TRABAJO 2: Promoción y comercialización del Club Ecoturismo en España.

En esta sesión participaron socios del Club, técnicos de planificación y/o promoción turística de las Comunidades Autónomas y Turespaña.

El objetivo fue conocer cómo mejorar la promoción exterior del producto a través del co-marketing entre Turespaña, la Asociación Ecoturismo en España y las Comunidades Autónomas interesadas.

La sesión se desarrolló conforme al siguiente guión:

- **Breve reseña de la situación del Club Ecoturismo.** Ricardo Blanco, Secretaría de Estado de Turismo
- **Presentación de las acciones de promoción y comercialización desarrolladas por el Club,** y evaluación de resultados. Amanda Guzmán, **Asociación de Ecoturismo en España** y Maite de la Torre, **Turespaña.**
- **Intervención de representantes de turismo de las CC.AA.** Cada representante podrá comentar cómo está promocionando el ecoturismo su CA y cómo prevé cooperar en la promoción del producto Ecoturismo en España con la Asociación Ecoturismo y Turespaña.

Posteriormente se realizó una **ronda de intervenciones de los técnicos de las Comunidades Autónomas sobre las acciones de promoción del Ecoturismo desarrolladas** y posibles acciones de futuro.

Las conclusiones de la sesión se resumen en estos 5 puntos que podrían ser acometidos:

- Analizar la posible integración en el producto Ecoturismo en España las modalidades de experiencias de ecoturismo que se han desarrollado en las CCAA (turismo ornitológico).
- Acordar un procedimiento de coordinación entre las unidades de promoción turística de las CCAA que estén desarrollando el producto Ecoturismo en España y la Asociación

Ecoturismo en España, para que las CCAA puedan participar en más acciones de promoción internacional del producto Ecoturismo en España.

- Tener reuniones específicas en cada ACA para que desde la AEE se ayude a las CCAA a promocionar a nivel nacional los destinos de ecoturismo que hay en cada comunidad.
- **Acordar un procedimiento de medición de resultados de las acciones de promoción** (por lo menos saber cifras de alcance, asumiendo la dificultad de medir el retorno de la inversión en promoción).
- Proponer el diseño y ejecución de una **campaña de comunicación de Ecoturismo en España y de otros productos dirigida al consumidor** (con un enfoque de sensibilización hacia un consumo sostenible, no es una campaña de promoción nacional al uso)

Por ejemplo, para la propuesta 3, y en el caso de las CCAA que les interese, se podría hacer una **reunión online a nivel técnico sobre el producto Ecoturismo con representantes de cada CA, con el fin de analizar posibles vías de cooperación con el Club Ecoturismo en España** (a nivel de implantación del producto y de promoción).

16:00-18:00 h: SESIÓN DIVULGATIVA del Club Ecoturismo en España.

En esta sesión participaron además de socios del Club, otras asociaciones y gestores de **planes de sostenibilidad turística** con espacios naturales protegidos y posible interés en aplicar el Club Ecoturismo.

En primer lugar, Ricardo Blanco, de la Secretaría de Estado de Turismo, realizó una presentación del producto Ecoturismo en España y el Club.

A continuación, Amanda Guzmán, gerente del Club Ecoturismo en España, presentó el funcionamiento y las herramientas del Club.

Finalmente se dio paso a resolver preguntas de los asistentes, y una ronda de presentaciones de las entidades locales gestoras de los planes de sostenibilidad turística aprobados recientemente por la AET. Se realizó una ronda de presentación breve de cada gestor de cada plan (5 minutos) para que presentara su plan, y su interés por el producto Ecoturismo en España.

En esta reunión se dio a conocer el Club Ecoturismo en España y la AEE a asociaciones de turismo ubicadas en otros destinos y a Entidades Locales que van a ejecutar planes de sostenibilidad turística en destinos.

Algunas Entidades Locales que van a ejecutar planes de sostenibilidad turística en destinos presentaron brevemente en qué va a consistir su plan de sostenibilidad turística, como fue el caso de los siguientes planes: Montaña de Riaño, Liébana, Onís, Ribeira Sara, Valle de Arán, Valle del Ambroz, La Siberia, Cabañeros, Menorca, Sierra Espuña, Sierra de Francia y Gran Canaria

5. COORDINADORES

Ester Bueno, CENEAM / OAPN / MITERD

Ricardo Blanco. SET/MINCOTUR. Mail: rblanco@mincotur.es

6. COLABORADES:

Asociación Ecoturismo en España (ente gestor del Club Ecoturismo en España)

7. CONTACTO

Ester Bueno

Equipo de Educación y Cooperación CENEAM

Pº Jose Mª Ruiz-Dana s/nº, 40109 Valsain, SEGOVIA

921 47 38 83

ebueno@oapn.es