

ACTA DEL XI SEMINARIO PERMANENTE DEL CLUB ECOTURISMO EN ESPAÑA

CENEAM, 24-26 de abril de 2023



Índice

1. Bienvenida, presentación del XI Seminario y sus objetivos.	2
2. Situación del producto Ecoturismo en España.....	2
3. Nueva plataforma web del Club Ecoturismo en España.	3
4. Revisión del sistema de adhesión y funcionamiento del Club Ecoturismo en España.....	4
5. Criterios para el diseño de experiencias de ecoturismo.	5
6. Bases y metodología del Ecoturismo Universal.....	6
7. Soy Ecoturista: nueva imagen, posicionamiento y manual de marca.....	6
8. Estrategia y contenidos del plan de marketing y comunicación de Soy Ecoturista.	7
9. Exposición de buenas prácticas de los socios-destinos en el impulso del auténtico ecoturismo.....	8
10. Gestión de destinos de ecoturismo que están aplicando Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD)	9
11. Conclusiones.....	9

1. Bienvenida, presentación del XI Seminario y sus objetivos.

Ester Bueno del CENEAM y **Ricardo Blanco** de la SETUR coordinadores del Seminario, explicaron los objetivos de esta undécima edición.

El producto “**Ecoturismo en España**” está siendo impulsado por la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR), por las Comunidades Autónomas (administraciones ambientales y turísticas), por el sector privado agrupado en la **Asociación Ecoturismo en España** como ente gestor a nivel nacional de este club de producto, y apoyado por el Organismo Autónomo Parques Nacionales (OAPN), que a través del CENEAM desarrolla un plan anual de actividades que incluye la celebración de “seminarios permanentes”, entendidos estos como reuniones de trabajo anuales que permiten analizar con los actores implicados un tema concreto de interés para las metas de desarrollo sostenible.

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 producto Ecoturismo en España y en las acciones para su mejora e impulso.

Los objetivos del seminario han sido:

- Analizar la situación y evolución del Club Ecoturismo en España.
- Trabajar de forma participada con los socios y colaboradores en nuevas herramientas del Club para que permita en los próximos años mejorar la sostenibilidad, digitalización, visibilidad y comercialización de las experiencias de auténtico ecoturismo que conforman el producto Ecoturismo en España.
- Ajustar las herramientas y los procedimientos de trabajo del club de producto para fomentar su uso por parte de los gestores locales y mejorar la visibilidad del producto, sus beneficios y su red de destinos.
- Conocer las iniciativas para impulsar el auténtico ecoturismo puestas en marcha por los gestores de destinos y por las asociaciones de turismo locales.
- Divulgar el Club Ecoturismo en España.

El XI Seminario ha contado con una **buena representación de la diversidad de actores que intervienen en el producto (gestores locales, empresas proveedoras, comercializadores, impulsores)**. En total, se ha contado con 70 participantes procedentes de 14 comunidades autónomas (40 participantes presenciales y 30 que pudieron seguir online varias sesiones).

2. Situación del producto Ecoturismo en España

Las principales conclusiones del análisis de la situación actual del producto son:

- **El impulso del producto “Ecoturismo en España” es una misión compartida** de la SETUR con los actores del ecosistema (Turespaña, las administraciones turísticas y ambientales autonómicas, las asociaciones locales que pertenecen al Club, las empresas turísticas que forman parte, las agencias de viajes, etc.), con la doble finalidad de llevar este producto a la mente del consumidor y procurar que su disfrute repercuta favorablemente en la conservación de los espacios naturales donde se practica.
- **Desde la SETUR se están impulsando los productos turísticos nacionales en una doble vertiente:** ayudando a los gestores de los productos para mejorar su configuración y

promoción (a través del apoyo a los clubes de producto y con el programa de Experiencias Turismo España), y apoyando a las Entidades Locales que apuesten por impulsar estos productos (a través del programa de Planes de sostenibilidad turística en destinos).

- **Ecoturismo en España www.Soy Ecoturista.com es un producto con varias modalidades**, aún por desarrollar y reforzar a través de la cooperación público – privada.
- **Ecoturismo en España** son experiencias que contienen varios servicios turísticos esenciales para conocer, recorrer, interpretar, apreciar e implicarse en la conservación de los espacios naturales protegidos. Sin los servicios de interpretación del patrimonio, y sin contribución práctica a la conservación no puede hablarse de ecoturismo.
- **La Asociación Ecoturismo en España es el ente gestor de este club de producto y dispone de una caja de herramientas** que sirven para alcanzar al turista y darle garantías de que con su viaje de ecoturismo contribuye a la conservación de la biodiversidad.
- Se precisa incorporar a la demanda en la membresía del Club como estrategia de fidelización ante los nuevos escenarios de consumo.
- **Las herramientas clave del Club son:** su plan estratégico, la marca Soy Ecoturista con sus atributos y su sistema de requisitos de sostenibilidad, el observatorio de Ecoturismo en España que mide la demanda, la oferta, sus repercusiones y la capacidad de gestión de los gestores de los destinos del Club, la gerencia que aglutina y acompaña a los gestores locales, la participación en el Plan anual de marketing de Turespaña.
- Cada uno de los socios de la AEE es el actor que a nivel local se encarga de usar las herramientas del club para desarrollar el producto Ecoturismo en España en cada uno de los destinos locales.
- **Los Programas de la SETUR (Planes de sostenibilidad en destinos PSTD, experiencias, digitalización)** son importantes para mejorar impulso al Ecoturismo en España. Algunos socios del producto están aplicando Planes de Sostenibilidad Turística, por lo que tienen la oportunidad para ejecutar actuaciones de formación y promoción de este producto tan beneficioso para los destinos que lo impulsen.
- **El Plan de Comunicación España, destino comprometido con la sostenibilidad turística** que está poniendo en marcha Turespaña puede ser una buena oportunidad para comunicar a la demanda internacional los beneficios de practicar Ecoturismo en España.

3. Nueva plataforma web del Club Ecoturismo en España.

El proyecto “Sostenibilidad y digitalización de la red de Experiencias de Ecoturismo en España” (en adelante “Experiencias Ecoturismo en España”) presentado por la Asociación de Ecoturismo en España a la convocatoria de Experiencias Turismo España de la SETUR, incluye como una de sus actuaciones principales la creación de la nueva plataforma web del Club Ecoturismo en España. Se expusieron las **características** que va a tener para servir en primer lugar de plataforma de **comercialización** (reserva *online* y *on request*, módulo de inteligencia de mercado, en dos idiomas y habilitada para más, trabajo SEO en su diseño y contenidos, búsqueda ágil de disponibilidad para planificar un viaje incluyendo recursos y servicios, acceso específico para agencias de viajes y operadores turísticos, venta cruzada entre las empresas y herramientas de distribución específicas para prescriptores, gestor de contenidos y *backend*, y motores rápidos de localización y tecnología), pero también como **herramienta de gestión, trabajo en red y comunicación interna del Club** (información sobre la AEE y el Club, noticias, blog, agenda, intranet y módulo CRM).

Se expusieron avances realizados hasta el momento en cuanto estructura y contenidos, y se plantearon algunas cuestiones a debate, sobre las que se trabajó para finalmente recoger numerosas aportaciones y sugerencias para seguir adelante con la creación de la plataforma. A continuación, se señalan algunas de estas sugerencias:

- Que la web sea accesible
- Incluir reportajes monográficos de eventos de la naturaleza: berrea en otoño, actividades ecológicas, etc.
- Formar a las empresas para que ayuden a posicionar la web.
- Usar lenguaje sencillo, interpelar al viajero con etiquetas como ¿Dónde comer? ¿Dónde dormir? ¿Qué hacer? Lo que no te puedes perder...
- Que sirva para visibilizar el valor añadido y compromiso de las empresas.
- Definir criterios sobre qué actividades pueden subirse a la plataforma.
- Incluir actividades ofrecidos por los gestores de los destinos (administraciones públicas, espacios protegidos, etc.)

4. Revisión del sistema de adhesión y funcionamiento del Club Ecoturismo en España

En esta sesión se partía de una serie de documentos de referencia que establecen el funcionamiento del Club Ecoturismo en España (dossier, sistema de adhesión, herramientas y funciones del ente gestor local), que se facilitaron a los asistentes con antelación junto a un documento de trabajo que resumía las cuestiones más significativas y planteaba varios temas para centrar el trabajo durante la sesión.

Principales conclusiones:

- Se considera oportuno constituir un **Comité de Evaluación y seguimiento del Club Ecoturismo en España** en el que participen representantes de la Junta Directiva de la AEE, de socios/destinos adheridos al Club que representen las distintas vías de acceso (CETS, RBE, Geoparques, SRSTRN2000) y tipologías (asociaciones empresariales, gestores de espacios naturales, etc.), así como entidades implicadas en estos sistemas y el impulso del Club, como es la Secretaría de Estado de Turismo. Las posibles funciones serían:
 - Revisar las candidaturas de adhesión de destinos y empresas y dar visto bueno a su incorporación al Club, previa revisión e informe del equipo técnico de la AEE.
 - Revisar y actualizar los contenidos del Sistema de Adhesión (requisitos, procedimientos, costes, etc.)
 - Tomar decisiones, con apoyo del equipo técnico, sobre cuestiones particulares que puedan surgir en el proceso de adhesión de destinos y empresas.
 - Realizar un seguimiento de la implantación del Club Ecoturismo en España.
 - El ámbito territorial que abarca un **destino** del Club Ecoturismo en España viene determinado por la existencia de uno o varios espacios protegidos y que cuente con una organización administrativa y/o empresarial que tenga como objeto el desarrollo y la promoción turística. En ocasiones la delimitación de los espacios protegidos no se ajusta a la delimitación del destino turístico o ámbito administrativo que determina la capacidad técnica y económica para aplicar satisfactoriamente las herramientas del Club. Ante la gran diversidad de situaciones que se identifican, se concluye que será necesario que el Comité de Evaluación y Seguimiento del Club el que analice y decida cada caso particular. Es importante que el nombre de cada destino del club sea elegido por los actores locales de cada destino que se adhiera y que trate de usarse el nombre que mejor proyección, implantación, identidad local y visibilidad o reconocimiento tenga,

independientemente o no del nombre del espacio natural protegido o espacios existentes que agrupe el nombre del destino.

- Es importante en el funcionamiento del Club Ecoturismo en España el papel de interlocutor y coordinador del producto en el destino del **Ente Gestor Local del Club**. Desde el equipo técnico de la AEE se expone la importancia de contar con un solo interlocutor, que se coordine con el resto de entidades y empresas adheridas del destino. Ante la posibilidad de que varias entidades de un destino quieran asumir ese papel, igualmente, se concluye que habría que trasladar cada situación particular al Comité de Evaluación y Seguimiento del Club Ecoturismo para que determine posibles soluciones, en aquellos casos en los que no esté ya recogida la misma en los documentos de funcionamiento del Club.
- El adecuado **funcionamiento del Club** requiere unos recursos económicos suficientes, acordes a las actividades y herramientas que se desarrollan. Para alcanzarlos, se considera importante **favorecer la implicación de las instituciones que puedan apoyar a los destinos adheridos al Club** y, en particular, a las asociaciones de empresarios (Ej: administraciones turísticas regionales, diputaciones, ayuntamientos, espacios protegidos, etc.). Se podría valorar la figura de socio colaborador. Si bien, es también importante que no dejen de tener el protagonismo y el liderazgo del Club las asociaciones de empresarios.

5. Criterios para el diseño de experiencias de ecoturismo.

Con el objetivo de garantizar que las experiencias bajo la marca Soy Ecoturista son de auténtico ecoturismo el proyecto “Experiencias Ecoturismo en España” contempla diseñar una metodología que incorpore criterios de sostenibilidad basados en el círculo virtuoso del ecoturismo. Esta metodología quedará plasmada una guía sencilla y práctica que ayude a las empresas a diseñar auténticas experiencias de ecoturismo y se aplicará al apartado de experiencias de la plataforma web del Club. Esta herramienta servirá también a destinos y a la AEE como recurso para asegurar que la oferta bajo la marca Soy Ecoturista ofrece las necesarias garantías.

Durante la sesión de trabajo se expuso los objetivos de esta actuación, la metodología y plazos para su ejecución. Se trabajó sobre el tipo de criterios que habría que contemplar en el proceso de diseño de experiencias de auténtico ecoturismo.

Principales conclusiones:

- Es importante que estas herramientas sean útiles y de fácil uso para los empresarios, que ya cumplen una serie de requisitos de sostenibilidad para formar parte del Club.
- Se establecerán una serie de criterios imprescindibles, así como una batería de criterios recomendables, es decir, opcionales pero que interesa también identificar si se cumplen.
- Los criterios y la guía serán trabajados de forma participada con los socios del proyecto, y podrán participar también en el proceso empresas de actividades adheridas al Club.
- La guía también incluirá claves para una adecuada comunicación de las actividades diseñadas, del impacto positivo que genera, en el territorio, en los viajeros y en la sociedad, destacando el valor añadido de las Experiencias Ecoturismo en España, en la línea de posicionamiento de la marca Soy Ecoturista.
- Se desarrollarán materiales y acciones de formación para facilitar el uso de dichas herramientas y el diseño de auténticas experiencias de ecoturismo.

6. Bases y metodología del Ecoturismo Universal.

Beth Cobo, de la empresa de actividades y agencia de viajes acreditada con la CETS Trescalia, introduce brevemente en la sesión cómo surge el modelo de ecoturismo universal, en qué consiste, qué herramientas se van a poder a disposición para poder aplicarlo, y posteriormente ofreció algunas pinceladas aplicadas a la actividad guiada en el entorno del CENEAM. “El ecoturismo universal no significa hablar de actividades y recursos habilitados, sino que todo el mundo pueda disfrutar de las experiencias, un turismo pensado para todos”. Se va a publicar próximamente el “Libro Verde Ecoturismo Universal en Cataluña: Guía para profesionales y destinos”, en cuatro idiomas y de libre acceso. La guía propone herramientas prácticas para disfrutar de la naturaleza con todos los sentidos de forma inclusiva. Está dirigida a profesionales y destinos y recoge un decálogo de propuestas adaptadas a todo tipo de público.

7. Soy Ecoturista: nueva imagen, posicionamiento y manual de marca.

Entre los principales objetivos del proyecto “Experiencias Ecoturismo en España” está hacer más atractivo el relato y la marca “Soy Ecoturista”, bajo la que se promociona el producto Ecoturismo en España para los consumidores. Se ha realizado un estudio de marca y branding que ha dado como resultado la nueva imagen y posicionamiento de la marca que se ha presentado en esta sesión, así como el manual de uso de la marca que han de tener en cuenta todos los destinos y empresas adheridas.

El nuevo posicionamiento de marca se ha basado en cuatro atributos: tenía que ser diferenciador, referente, unificador y competitivo. Lo primero que hay que tener en cuenta es que la marca es **Soy Ecoturista**, no “Club Ecoturismo en España” ni “Asociación de Ecoturismo en España”. Soy Ecoturista es una marca con mucha fuerza, ya es en sí una declaración de intenciones, genera un sentimiento de pertenencia, de poder ser protagonista.

La estrategia de posicionamiento de marca pasa por crear un relato, que generase un sentimiento de pertenencia del viajero con la marca, que le hiciera sentirse parte y sentir que está construyendo algo a la vez que viaja.

Soy Ecoturista tiene un gran propósito: “Cuidar el planeta”, especialmente cuidar la naturaleza mejor conservada que son sus espacios protegidos.

Soy Ecoturista tiene una misión, que es alcanzar ese gran propósito, a través de la comunicación directa con el usuario y de acciones coordinadas con los destinos y las empresas: tiene que ser una marca ACTIVA. La vinculación con la marca no debe ser sólo durante el viaje, hay que lograr que esa vinculación sea permanente.

Conclusiones:

- La AEE enviará a todos los socios y empresas adheridas la nueva marca y el manual de uso de la marca.
- El posicionamiento de marca y su nueva imagen en general gusta e ilusiona.
- Los miembros de este club de producto deben estar muy orgullosos de formar parte, se está trabajando de forma magnífica y ese propósito es real, sólo hay que transmitirlo de forma adecuada y conjunta.
- Nuestra fuerza está en la red y en la marca. La gran oportunidad de esta compleja organización es lograr un coste de adquisición de cliente por debajo del resto del sector. Si a través de la marca Soy Ecoturista se consiguiera aunar la base de datos de los clientes de las empresas adheridas, nos daría un enorme poder competitivo.

- Se plantea si el logo lo pueden usar los socios, los destinos y las empresas, tanto para la organización como para las actividades que ofrece. Se tendrá que concretar este aspecto en las instrucciones de uso, quién lo puede usar y dónde. El manual establece cómo usarlo. Habría que concretar en los criterios de uso del logo que no puede usarse en actividades y ofertas que no sean de ecoturismo, puesto que hay empresas que están adheridas que ofrecen también actividades que no son de ecoturismo.
- Los socios/destinos adheridos deberían encargarse de que las empresas que dejan de estar adheridas dejen de usar el logo en su web y materiales.
- Beth Cobo ha consultado el tema de la universalidad del logo y el resultado ha sido positivo, por la tipografía y la posibilidad de jugar con contraste en negativo permite que el logo se pueda usar con criterios de accesibilidad.
- La marca será únicamente Soy Ecoturista, tanto para mercado nacional como para mercado internacional. Los expertos recomiendan reforzar esta marca y no diluir esfuerzos en marcas en distintos idiomas, tanto del Estado español como extranjeros. Los contenidos de comunicación sí podrán traducirse, evidentemente, pero la marca debe permanecer.

8. Estrategia y contenidos del plan de marketing y comunicación de Soy Ecoturista.

Durante la sesión se ha presentado el equipo de RUSTICAE que está llevando actualmente el apoyo a las actuaciones de marketing digital, las herramientas que están trabajando en redes sociales, el blog de la web y la newsletter para ecoturistas, el tipo de contenidos, el calendario cómo organizan las publicaciones y su preparación, así como finalmente la necesaria participación e implicación de los socios/destinos y las empresas adheridas al Club, tanto para nutrir de contenidos y que se pueda promocionar los destinos y las empresas, así como en su difusión para conseguir un mayor alcance de las actuaciones. El que más participa, más visibilidad tendrá en las herramientas de Soy Ecoturista.

Se desarrolló una dinámica de trabajo en la que los participantes pudieron proponer temas de contenido para las diferentes estaciones del año – siempre con el criterio de diversificar, desestacionalizar y evitar concentración en determinados lugares y momentos que permita al equipo de comunicación preparar con tiempo los contenidos, y publicar con suficiente anticipación para motivar viajes.

Conclusiones:

- Muy importante y necesaria la implicación de las empresas y los socios/destinos participen en la preparación de contenidos para asegurar contenidos adecuados y de calidad, en ocasiones proponiendo, y en ocasiones revisando, pues son los destinos y las empresas los que conocen el territorio y sus recursos.
- Una vez que tengamos las nuevas experiencias en la plataforma, será una fuente muy importante para el newsletter del producto Ecoturismo en España, y en ese momento se podrá aumentar la frecuencia y ajustar contenidos de las herramientas.
- Sería importante apoyar entre todas las empresas la web Soy Ecoturista, dejando valoraciones en Google (importante no todo el mismo día), todos podrían ser local guides de Google, etc. Aprovechar las herramientas de Google para entre todos, con la fuerza de grupos. Para ello sería interesante una formación a las empresas sobre este tema.

- El objetivo es lograr un tráfico importante para la web, que se consigue en buena parte con SEO y enlaces. Para ello, es importante que todos los destinos y empresas adheridas se impliquen para mejorar posicionamiento.
- Sería interesante organizar un webinar corto sobre el tipo de contenidos que se necesitan y cómo tienen que enviarlo las empresas y destinos para favorecer
- En la estrategia actual de las RRSS, blog y newsletter el público objetivo es el mercado nacional, el internacional se trata de alcanzar con las acciones en colaboración con Turespaña. Con el proyecto “Experiencias Ecoturismo en España” sí se prevé preparar contenidos y establecer una estrategia de promoción también dirigida a mercado internacional, que habrá que definir cómo.
- Se podría valorar la posibilidad de que las publicaciones orientadas a promocionar destinos y empresas específicamente en las CCAA de Cataluña, Baleares, Galicia y/o Euskadi, y siempre que los socios/destinos colaborasen en la traducción de los contenidos, añadir el idioma oficial de esa Comunidad Autónoma, para llegar mejor sus clientes más próximos.

9. Exposición de buenas prácticas de los socios-destinos en el impulso del auténtico ecoturismo.

Cada destino adherido al Club Ecoturismo en España tuvo la oportunidad de mostrar las iniciativas y proyectos desarrollados con éxito que pueden servir de ejemplos para otros territorios por los beneficios generados. Así, a modo de buenas prácticas, los gestores de los destinos presentaron las siguientes iniciativas:

- Fuentes del Narcea & Sierra de Aracena y Picos de Aroche: programa de hermanamiento entre destinos adheridos al Club. ([Presentación](#) y [video](#))
- Fuentes del Narcea: novedades del Festival Ecoturismo “En peligro de extinción”. ([Presentación](#) y [video](#))
- ATUSOS Gomera: cómo logramos que las empresas se impliquen más. ([Presentación](#) y [video](#))
- La Garrotxa: la movilidad sostenible como parte de la experiencia turística. ([Presentación](#) y [video](#))
- Sierra Espuña: integración del PSTD en su estrategia de turismo sostenible. ([Video](#))
- Valle del Ambroz: el papel del GAL DIVA y el PSTD en la incorporación al Club Ecoturismo. ([Presentación](#) y [video](#))
- Geoparque de la Costa Vasca: gestión del ecoturismo en destino. ([Presentación](#) y [video](#))
- Geoparque Las Loras: programa “Descubriendo el Geoparque”. ([Presentación](#) y [video](#))
- Geoparque de Sobrarbe-Pririneos: calculadora de la huella de carbono. ([Video](#))
- Geoparque de Granada: actuaciones destacables del PSTD para impulsar el ecoturismo en el Geoparque. ([Presentación](#) y [video](#))

10. Gestión de destinos de ecoturismo que están aplicando Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD)

De forma análoga, los gestores de PSTD que coinciden con destinos del Club Ecoturismo en España presentaron sus respectivos planes y las actuaciones ya desarrolladas o previstas que supondrán un impulso del ecoturismo en sus destinos. ([Video](#) completo de la sesión)

- Cinco Villas: la CETS implantada en el Paisaje protegido S^a de Santo Domingo y el proceso de trabajo con el Club Ecoturismo en España en el destino Cinco Villas. ([Presentación](#))
- Subbética: Actuaciones del PSTD en relación con la CETS y el Club Ecoturismo en España. Catalina Molina y Carmen Cantero. ([Presentación](#))
- Montaña de Riaño: avance de resultados del estudio sobre observación de fauna y proceso de trabajo con el Club Ecoturismo. ([Presentación](#))
- Diputación de Jaén: regeneración del sistema territorial y la conectividad tradicionales en el Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas, y el PST Territorio Lince-Sierra Morena Jiennense. ([Presentación](#))
- Diputación de Cáceres. La Ciclosenda del Tajo en la provincia de Cáceres.
- Onís: actuaciones de ecoturismo del PST de Onís. ([Presentación](#))
- Somiedo: actuaciones de ecoturismo y sistema de seguimiento de demanda con el PST de Somiedo. ([Presentación](#))
- Liébana: actuaciones de ecoturismo en el PST Liébana: ruta de ecoturismo de Puertos de Pineda, hides de fotografía fauna, ruta accesible de El Habario, avance de estudio de capacidad de acogida turística. ([Presentación](#))
- RB La Siberia (CEDER La Siberia): actuaciones destacadas del PSTD (convenio para la promoción de la RB La Siberia entre la Diputación de Badajoz y el CEDER La Siberia). ([Presentación](#))
- Sierra de Francia: la CETS en Batuecas-Sierra de Francia y cooperación con el PST Sierra de Francia. ([Presentación 1](#) y [presentación 2](#))
- La Garrotxa: Actuaciones más relevantes del PSTD para el producto ecoturismo. ([Presentación](#))
- Gran Canaria: Los inicios del Club Ecoturismo en Gran Canaria con el PST. ([Presentación](#))

11. Conclusiones

El producto “Ecoturismo en España” sigue precisando de apoyo público y mayor cooperación, con respecto a otros productos turísticos mucho más desarrollados, sobre todo por los efectos positivos que produce en los lugares más marginales donde se desarrolla: los espacios protegidos.

La Asociación Ecoturismo en España, ente gestor de este Club, ha presentado el proyecto “Digitalización y Sostenibilidad de Experiencias de Ecoturismo en España”, y lo que supondrá su aplicación con una selección de los socios locales participantes en este proyecto, cuyos resultados podrán ser transferidos al resto de destinos del Club.

El club Ecoturismo en España es el único que establece una simbiosis entre los gestores de los espacios protegidos en los que se basa el producto, las administraciones turísticas, las empresas turísticas que ofrecen las experiencias y los turistas que deseen sentirse parte de la comunidad Soy

Ecoturista. Se debe reforzar la comunicación de este mensaje a los turistas y a las administraciones ambientales.

Hay 26 destinos del Club en los que se van a ejecutar PSTD. Dentro de estos hay PST muy centrados en ecoturismo por la especificidad del destino: Somiedo, Onís, Geoparque Granada. PSTD que combinan ecoturismo con otros productos: Liébana, Sierra Espuña, Valle del Ambroz, RB La Palma, RB La Siberia; y PSTD que hacen alguna actuación de ecoturismo: Terres del Ebre, La Gomera. Los actores locales del Club en cada destino tienen la oportunidad de contactar con los gestores de estos PSTD para ofrecer la posibilidad de que estos PSTD puedan aprovechar la caja de herramientas que les ofrece la AEE.

El XI Seminario ha servido para identificar las buenas prácticas que están aplicando los destinos del Club Ecoturismo en España como, por ejemplo, el programa de hermanamiento de Fuentes del Narcea con la Sierra de Aracena y los Picos de Aroche; el festival de ecoturismo en peligro de extinción que promueve Fuentes del Narcea; la marca Territorio Sierra Espuña; el plan de movilidad sostenible de La Garrotxa; el buen hacer de La Gomera para implicar con las empresas adheridas a la Carta Europea de Turismo Sostenible; los sistemas de visitas interpretadas del Geoparque Costa Vasca, la calculadora de huella de Carbono de Sobrarbe-Pirineos y el programa Conoce el geoparque de Las Loras; o la implantación del producto Ecoturismo en España en el Valle del Ambroz o en Onís-Picos de Europa.

Algunos de estos destinos de Ecoturismo en España están aplicando planes de sostenibilidad turística y están generando un conjunto de buenas prácticas que van a mejorar la viabilidad de este producto y ayudan a diferenciar estos destinos turísticos frente a los ciudadanos. Es el caso de varios planes de sostenibilidad turística, como el Geoparque Granada con su plan director de senderos; Liébana con su estudio de capacidad de acogida, el diseño de una ruta de interpretación ambiental a los puertos de Pineda o las rutas accesibles; los destinos de Cinco Villas y Sierra de Francia con la implantación de la Carta Europea de Turismo Sostenible; la Subbética con sus variadas actuaciones para mejorar los equipamientos de uso público; la Montaña de Riaño con su propuesta de regulación y viabilidad para la observación de fauna; Somiedo con su sistema de seguimiento de la demanda turística y la puesta en valor de los teitos para el ecoturismo etnográfico; Onís con sus rutas guiadas de pastores y biodiversidad; la Reserva de la Biosfera de La Siberia y la Reserva de la Biosfera de Gran Canaria con su apuesta por el ecoturismo; y los planes de sostenibilidad turística que ejecuta la Diputación de Jaén en Sierra Mágina, las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, y la Sierra Morena Jienense que servirán para especializar y diferenciar a estos territorios como destinos del producto Ecoturismo en España.

El seminario cumplió con su misión de servir de encuentro para favorecer la cooperación público-privada para seguir impulsando el ecoturismo en España, ayudando a los gestores a conocer las buenas prácticas que se están ejecutando en esta red de destinos.

De nuevo el Seminario permanente del Club Ecoturismo en España ha sido un encuentro de trabajo muy útil para que los gestores y actores que configuran este club de producto se impliquen más y mejor en la gestión del Club Ecoturismo en España a nivel nacional, autonómico y local, por tanto, ha servido de estimulación para sentirse una red profesional de destinos especializados en este producto. Este año con el añadido de la participación de 14 gestores de PSTD.

Los participantes manifiestan la necesidad de continuar con este seminario crucial para apoyar el Ecoturismo en España como producto turístico relevante para los espacios naturales protegidos y para frenar la despoblación rural.

