

ACTA DEL X SEMINARIO PERMANENTE DEL CLUB ECOTURISMO EN ESPAÑA



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

Mercedes González de la Campa (Directora del CENEAM) dio la bienvenida a los asistentes, y Ester Bueno y Ricardo Blanco, coordinadores, explicaron los objetivos del X Seminario.

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 de mejora. La décima edición del Seminario permanente del Club Ecoturismo en España ha recuperado la asistencia presencial en el CENEAM, con una muy buena acogida tras dos años en los que se realizó online. Del 6 al 8 de junio los **30 participantes, todos ellos representantes de entidades adheridas a este club de producto**, han trabajado con las herramientas útiles para seguir impulsado el producto Ecoturismo en España.

Los objetivos del seminario han sido:

- Analizar la situación y evolución del Club Ecoturismo en España, partiendo del análisis realizado de forma participada en 2021 para establecer las principales brechas y oportunidades del Club.
- Trabajar de forma participada con los socios y colaboradores en la puesta en marcha del Plan Estratégico del Club Ecoturismo en España que permita en los próximos años atender las necesidades del empresariado y de los gestores de los destinos de Ecoturismo en España y aprovechar las oportunidades.
- 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 X Seminario ha contado con una **buena representación de la diversidad de actores que intervienen en el producto (gestores locales, productores, comercializadores, impulsores)**. Las sesiones más importantes fueron seguidas online por el resto de gestores de la red de destinos que forman parte del Club: administraciones turísticas y ambientales, asociaciones empresariales locales, entidades de conservación, grupos de desarrollo rural, etc. En total, se ha contado con más de 60 participantes de 14 comunidades autónomas. Los 10 años de seminario han servido para crear esta red y los logros conseguidos son una motivación para alcanzar los **retos aún pendientes**:

- Los actores que forman parte del producto Ecoturismo en España necesitan mejorar su cohesión y el trabajo en red.
- Mejorar la aplicación de la caja de herramientas del Club y ampliar con nuevas aplicaciones
- Aumentar la promoción y visibilidad del producto “Ecoturismo en España”

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 Comunidades Autónomas, las asociaciones locales que pertenecen al Club, las empresas turísticas que forman parte, las agencias de viajes, etc.).
- **Ecoturismo en España es un producto con varias modalidades**, aún por desarrollar y reforzar a través de la cooperación público – privada. <https://soyecoturista.com/>
- **Ecoturismo en España está aún en fase de crecimiento, por lo que será necesario extender la implantación de los requisitos sostenibles en los que se basa la configuración de este producto a un mayor número de espacios protegidos.**
- El método club de producto **ha servido para organizar a los actores** implicados en el ecosistema de este producto para resolver los retos que van surgiendo ante la evolución de la demanda, la oferta y de la coyuntura.

- **El método club de producto asegura la conexión y cooperación efectiva** entre actores de la cadena de valor del producto Ecoturismo en España.
- La Asociación Ecoturismo en España es cada vez un **interlocutor más reconocido** por las administraciones públicas y el resto de actores.
- **Las herramientas clave del Club son:** su plan estratégico, la marca 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 (<https://www.tourspain.es/es-es/Conozcanos/NotasPrensaTemp/NdP%20Plan%20Estrategico%20Marketing.pdf>). Se ha identificado la necesidad de mejorar las herramientas de promoción y comercialización propias del Club.
- **El modelo de cooperación es mejorable.** El Plan Estratégico del Club elaborado en 2021 establece acciones concretas para aumentar y consolidar el trabajo en red.
- **Se precisa incorporar a la demanda** en la membresía del Club como estrategia de fidelización ante los nuevos escenarios de consumo.
- **Los Programas de la SETUR (Planes de sostenibilidad, experiencias, digitalización) son importantes para mejorar impulso al Ecoturismo en España.** <https://sede.serviciosmin.gob.es/es-es/procedimientoselectronicos/Paginas/detalle-procedimientos.aspx?IdProcedimiento=253>
- **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.**

3. Perspectivas del Club Ecoturismo en España

Durante el 2021, la AEE ha elaborado el **Plan Estratégico del Club Ecoturismo en España**, cuyas líneas de trabajo y actuaciones fueron presentadas en el X Seminario.

Tras estos dos años de pandemia, **el interés de la demanda y de los medios por el producto Ecoturismo en España ha crecido**, como lo demuestran el número de noticias en prensa sobre el Club, el aumento de seguidores en las redes sociales del Club, y el interés de nuevos destinos en adherirse a la AEE para formar parte de esta red de destinos de Ecoturismo en España.

Se presentó también el **sistema de requisitos del Club**, como tronco común y sistema base para que los territorios que no aplican algunos de los sistemas tipo Carta Europea de Turismo Sostenible o marca Reserva de la Biosfera Españolas, puedan adherirse al Club.

Se presentó una **actualización de los resultados a nivel nacional de aplicación de las herramientas del Club**. Finalmente, se mencionaron las **líneas de trabajo que se están desarrollando** y las posibles fuentes de financiación a las que se ha optado para llevarlas a cabo (convenios con las Comunidades Autónomas interesadas en adherir sus espacios protegidos y empresas turísticas al Club, convocatoria Experiencias Turismo España de la SET, etc.).

4. Marketing online del Club - mercado nacional.

Se presentaron las herramientas de marketing y comunicación del Club para mercado nacional y sus resultados: blog, newsletter, RRSS, web, y el grado de participación de los entes gestores locales del Club.

Se planteó un debate sobre:

- Cómo mejorar la implicación de los socios/empresas adheridas.
- Posibles mejoras en contenidos y herramientas de marketing online.
- Acciones de marketing online de los socios/destinos y empresas que más les funcionan, y cómo se podrían conectar con las herramientas del Club.

Principales conclusiones:

- **Es necesario que los entes gestores locales de cada uno de los destinos de Ecoturismo en España se impliquen más y mejor en el uso compartido de las herramientas de promoción**, sobre todo en sacar más partido a la visibilidad del logo, enlazar la web, replicar las noticias en RRSS, enviar con antelación actividades, eventos y noticias de cada destino para su inclusión en el newsletter, actualizar la información sobre cada destino y sus empresas y las experiencias que configuran.
- Entre todos los socios es importante implicarse en el uso de estas herramientas para multiplicar el alcance de la promoción y comunicación del producto Ecoturismo en España.
- Algunos destinos del Club están ejecutando Planes de Sostenibilidad Turística y tienen la oportunidad de reforzar la visibilidad de este producto trabajando con las Entidades Locales que gestionan estos Planes.

5. **Observatorio de Ecoturismo en España.**

Se expuso el funcionamiento del Observatorio, sus resultados, datos de interés, y cómo mejorar y aplicar la promoción #SoyEcoturista para aumentar la participación de los socios en los cuestionarios de demanda y de oferta, al mismo tiempo que se hace la labor de sensibilización de los clientes consumidores del producto Ecoturismo en España, poniendo en valor sus beneficios.

El Observatorio financiado por la SETUR es una herramienta vital para mantener la cohesión de los socios del Club y para seguir las tendencias de los consumidores del producto.

Se expuso la utilidad de los cuestionarios y la ficha de gestores de destinos y su explotación.

Principales conclusiones:

- **Cuestionario de demanda:** mejorar la implantación por parte de las empresas. Se va a realizar un webinar para que las empresas puedan captar mejor a los clientes para que rellenen el cuestionario online y nutran la base de datos de consumidores potenciales socios del Club).
Se propone traducir el cuestionario a otros idiomas (alemán, francés), para ampliar el tamaño de muestra.
- **Cuestionario de oferta:** sirve para conocer las repercusiones socioeconómicas de las pequeñas empresas que forman parte del Club, especialmente como empresas generadoras de empleo en el medio rural, y empleo femenino, conocer la evolución de precios ante la coyuntura, etc.
- **Cuestionario de gestores de destinos del Club:** sirve para medir cómo están funcionando los actores locales en cada destino de Ecoturismo en España, cómo funcionan internamente, qué indicadores de utilidad se producen para el Club. Se dieron recomendaciones y lecciones aprendidas de esta parte del Observatorio. Se mostró como ejemplo de cuestionario de destino la isla de La Gomera.

6. **Entes gestores locales del Club.**

Se realizó un taller para analizar las distintas formas de gestión de las asociaciones de destino y su conexión con el Club: situación, problemáticas y soluciones.

Se vieron las diferencias entre las asociaciones locales que tienen presupuesto suficiente y equipo gestor que es capaz de aplicar las herramientas del Club, y aquellas pequeñas asociaciones que no disponen de medios suficientes para aplicar las herramientas y dinamizar a sus empresas locales.

En el taller se desarrollaron los siguientes puntos:

1. Exposición de las funciones del ente gestor local del Club, y de las herramientas que se pueden utilizar.
2. Turno de palabra para explicar características y funcionamiento de cada entidad, su vinculación con el Club (dificultades). Aspectos de la ficha de ente gestor. Cada una de las asociaciones presentes en el Seminario comentó su modelo de funcionamiento y las dificultades para dinamizar a las empresas locales y usar las herramientas del Club.
3. Debate y búsqueda de soluciones: es necesario que las asociaciones locales con mayor presupuesto sigan trabajando con la gerencia de la AEE para sacar más y mejor partido a las herramientas. Para las asociaciones con menor capacidad, es necesario que busquen fórmulas para mejorar la cooperación eficaz con la gerencia del Club.

Se expusieron ejemplos de cómo están trabajando muy bien aquellas asociaciones que han logrado un trabajo cooperado entre todos los actores locales del destino, como, por ejemplo, son los casos:

- El destino Sierra Espuña participa activamente en el Club a través de dos entidades bien coordinadas y socias de la AEE, la asociación de empresarios turísticos Espuña Turística (ente gestor del Club) y la Mancomunidad Turística de Sierra Espuña. La Mancomunidad ofrece recursos y apoyo técnico necesario, y ambas entidades aseguran una buena coordinación entre sí y con el Parque Natural de Sierra Espuña y otras entidades del territorio gracias a la herramienta de la Carta Europea de Turismo Sostenible.
- Geoparque las Loras: cuenta con personal técnico y funciona gracias a un convenio entre la Diputación de Burgos y la de Palencia.
- En el destino La Subbética, que alberga un parque natural también declarado Geoparque, es la Mancomunidad Turística la que asume las funciones de ente gestor local del Club, y colabora estrechamente con el CIT que es el que agrupa a las empresas turísticas. El Geoparque Subbéticas donde la Mancomunidad Subbética y el CIT están cooperando en la gestión del destino turístico.
- La Gomera: tienen un alto grado de cooperación entre la asociación turística ATUSOS y el parque nacional.
- El Geoparque Sobrarbe: la Comarca tiene las competencias de turismo transferidas y trabaja con los actores locales en la gestión del Geoparque y en el uso de las herramientas del Club.

7. Adhesión de agencias de viaje al Club y trabajo para comercializar el producto.

Se expuso cómo se está trabajado con las agencias de viajes vinculadas al Club y que están vendiendo las experiencias del producto Ecoturismo en España. Estas agencias han formado la red de agencias de viajes colaboradoras del Club Ecoturismo en España.

Se mostró el Video de la red de agencias que ha realizado Trescalia y Ecoturismo Granada, que muestra cómo se está trabajando para mejorar la comercialización del producto Ecoturismo en

España. Estas dos agencias, junto con el resto de agencias de viajes colaboradoras del Club han diseñado y editado el Catálogo de escapadas de ecoturismo 2022.

Principales conclusiones:

- Desde su primera edición se ha ampliado la oferta de escapadas y de empresas participantes. Es un catálogo hecho desde dentro, con la participación de los empresarios, compartiendo el enfoque y filosofía de SoyEcoturista, la marca del producto Ecoturismo en España.
- El catálogo de escapadas va dirigido a distintos segmentos de la demanda.
- Está diseñado pensando en que el impacto socioeconómico de los viajes se quede en su mayor parte en estos destinos.
- Va unido a una campaña de promoción, aún modesta.
- Ha despertado el interés de operadores extranjeros, que ven como España empieza a ser un destino con agencias receptoras que garantizan la sostenibilidad de las experiencias de ecoturismo que vende.
- Las agencias participantes están ganando en profesionalidad y han generado una forma de trabajo en red que les beneficia a todas ellas.
- Los retos y oportunidades futuras son crear escapadas que unan diferentes destinos del Club y un catálogo para mercado internacional.

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

Se mostraron las iniciativas y proyectos desarrollados con éxito que pueden servir de ejemplos para otros territorios por los beneficios generados.

ATUSOS GOMERA – Sostenibilidad sin maquillajes que la confundan. Presentó el proyecto Plántate como ejemplo de aplicación de un sistema de medición y compensación de la huella de carbono generada por los viajeros a La Gomera. Han conseguido una suma de 3.800 € para compensar la emisión de gases de efecto invernadero en un proyecto de reforestación local en la isla. Las empresas participan con sus clientes ecoturistas en la plantación. <https://gomeraexperience.com/calculadora/>

AFCETS SIERRA NEVADA - Publicaciones y formación para impulsar el ecoturismo. Se presentaron la [guía de ecoturismo de Sierra Nevada](#) y los materiales y publicaciones especializadas en recursos naturales de Sierra Nevada como materiales a usar por los guías (financiado por el GDR Guadix). También se presentó el festival de ecoturismo de Sierra Nevada como acción de promoción.

SIERRA ESPUÑA – Marca Territorio Sierra Espuña. Es una marca creada para valorizar los productos locales (3 DO) y los oficios agrícolas para construir destino ecoturístico, gracias a que constituyeron una AGRI con empresarios del sector primario y el sector turísticos (han hecho un reglamento de marca, 42 socios). Ahora se está impulsado con la financiación del PSTD Sierra Espuña. <https://territoriosierraespuna.com/profesional/marca/>

FUNDACIÓN GLOBAL NATURE – Estrategia de colaboración desde una entidad de conservación de la naturaleza para impulsar el ecoturismo. Presentó la campaña nuestros espacios naturales protegidos para divulgar la ESPAÑA PROTEGIDA: <https://www.nuestroespaciosprotegidos.es/> (es un video realizado por la Fundación Global Nature en colaboración con la Asociación Ecoturismo en España y EUROPARC-España Europarc Federation, y financiado por The European

Nature Trust. Es una campaña en la que se está poniendo en valor lo mejor de la biodiversidad europea que está en España: <https://terabithia.es/https-terabithia-es-tent-designa-mgcco-para-pr/>

Presentaron también el trabajo que se está haciendo con el Programa Siente la Naturaleza de Paradores de Turismo de España que ha diseñado experiencias integrando a las empresas locales y ONG en una selección de Paradores de Turismo ubicados en espacios protegidos): <https://www.youtube.com/watch?v=pvhipB7zAA>

RUSTICAE – Comunicando Sostenibilidad. Presentó la campaña de comunicación “Rusticae, Descubriendo historias únicas” <https://www.rusticae.es/viajes/que-son-las-historias-unicas> con mini-videos sobre los hoteles que están más implicados en la sostenibilidad ambiental y social a través de historias contadas por sus propietarios (85 alojamientos que se han dotado de un sello de sostenibilidad propio). También presentó un video con titulares atractivos sobre lo que el cliente puede experimentar en los hoteles Rusticae, y su boletín con 80.000 suscriptores. Video descubriendo historias únicas: <https://vimeo.com/519160579>

ECOPICOS DE EUROPA - Colaboración con la Fundación para la Conservación del Quebrantahuesos (FCQ) y sensibilización de escolares. <https://ecopicosdeeuropa.com/> . Expuso cómo las empresas turísticas locales de la asociación están contribuyendo a la conservación de la biodiversidad, a través de la cooperación con la FCQ responsable del proyecto de reintroducción de esta rapaz en Picos de Europa. Expusieron distintas fórmulas de cooperación que tienen (invitación a clientes a visitar el centro las Montañas del Quebrantahuesos en Onís, compensación de la huella de carbono a través de proyectos de conservación de la biodiversidad, cooperación con la FCQ en el seguimiento de los ejemplares reintroducidos). Consideran que en el futuro sería positivo sistematizar estas fórmulas de cooperación y contribución a la conservación de la biodiversidad para implicar mejor al turista, y transferir esta cooperación a otros destinos del Club Ecoturismo en España.

FUNDACION PATRIMONIO NATURAL DE CASTILLA Y LEÓN - Situación y perspectivas de la CETS en Castilla y León. La DG de Medio Natural y la Fundación Patrimonio Natural están trabajando con 6 espacios protegidos con la CETS y sus empresas (se estima trabajar con 127 empresas turísticas locales de estos espacios protegidos). <https://patrimonionatural.org/>

GEOPARQUE LAS LORAS - Semana de los Geoparques y proyecto Geofood. <http://geoparquelasloras.es/> . Presentaron el Geoparque Las Loras y sus principales actuaciones: la semana de los geoparques europeos que ofrece actividades a los turistas interesados en conocer los geoparques, y el proyecto geofood, una marca creada para promocionar los restaurantes y productores primarios de los geoparques.

GEOPARQUE SOBRARBE-PIRINEOS - Eventos para descubrir e interpretar el Geoparque. Presentó la campaña de actividades otoño geológico, y la travesía geológica de alta montaña, y el proyecto excava con el Geoparque, que es una experiencia de ecoturismo científico para público especializado en participar en campos de voluntariado. <https://www.geoparquepirineos.com/>

CIT LA SUBBÉTICA - Impulso del Ecoturismo desde el Plan de Sostenibilidad Turística. Expusieron las líneas de trabajo y las principales actuaciones que van a acometer con el PSTD que tienen aprobado en 2021. <https://www.destinosubbetica.es/>

ATUVA – VALLE DEL AMBROZ – El Otoño Mágico. Presentó “El Otoño Mágico del Valle del Ambroz”, una iniciativa que surgió en 1998 impulsada por DIVA (Grupo de Desarrollo Rural del Valle del Ambroz) con el objetivo de romper la estacionalidad e impulsar la colaboración entre los

actores locales, y que ya consolidada, se sigue celebrando anualmente con la participación de toda la Comarca. En este tiempo la iniciativa ha obtenido numerosos reconocimientos: Fiesta de Interés Turístico Regional, Premio CONAMA a proyectos sostenibles, Fiesta de Interés Turístico Nacional, Finalista Natura 2000 Awards, etc. https://visitambroz.es/otono_magico/otono-magico-2021/

9. Cómo mejorar la promoción internacional del Club.

Se expusieron las acciones desarrolladas con Turespaña y sus resultados durante los últimos años. Se presentaron los viajes incluidos en el POA 2022 con Turespaña que engloban a varios de los destinos del Club Ecoturismo en España.

10. Cómo comunicar mejor la sostenibilidad y los destinos de Ecoturismo en España.

Se expuso que Turespaña está elaborando un Plan de comunicación de Turismo Sostenible a nivel nacional, que servirá para comunicar que España es un destino sostenible. Para ello se propuso la posibilidad de identificar buenas prácticas y buenas experiencias de Ecoturismo en España para poder recopilarlas con el fin de que puedan servir a Turespaña (como ejemplo, el video de la campaña Nuestros Espacios naturales protegidos). En este último taller se trabajó con todos los gestores de los destinos de Ecoturismo en España presentes en el seminario para redactar lemas o mini mensajes de sus destinos, con el fin de usarlos para la comunicación del Club (RRSS, web, boletines). También se propuso que cada destino redactase una nota de prensa de su asistencia al Seminario para dar visibilidad.

11. Conclusiones

El ecoturismo precisa de mayor apoyo y 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 los avances del Plan Estratégico del Club elaborado en 2021, con el fin de mejorar su aplicación en 2022 y ajustar las herramientas comunes de trabajo. **Los gestores de esta red de 23 destinos de Ecoturismo en España han aprendido a mejorar la visibilidad del producto y de sus beneficios**. Han puesto en común las **iniciativas de éxito y buenas prácticas ejecutadas por los destinos participantes** como La Gomera, Sierra Espuña, Sierra Nevada, Valle del Ambroz, o los geoparques UNESCO de Sobrarbe- Pirineos, Las Loras, Subbéticas y Molina de Aragón-Alto Tajo.

Con la mirada puesta en el futuro, otro de los temas tratados durante el Seminario ha sido el plan de promoción internacional del Club con Turespaña para **posicionar nuestro país como un destino de ecoturismo, dando a conocer a operadores y a medios de prensa internacionales, la red de destinos y experiencias de ecoturismo que pueden disfrutar**. Se tiene la oportunidad de cooperar con Turespaña para mostrar y comunicar la gran variedad de destinos de ecoturismo y sus mejores experiencias. La **identificación de buenas prácticas en la red de destinos y empresas que forman este Club** será una oportunidad para dar a conocer cómo trabajan los espacios protegidos de España a favor de la sostenibilidad, a través de experiencias de ecoturismo inspiradoras.