



## ACTAS DEL “I SEMINARIO PERMANENTE CLUB ECOTURISMO EN ESPAÑA”.

CENEAM, 24-26 DE ABRIL DE 2013

El presente informe resume las conclusiones del *Seminario permanente del Club Ecoturismo en España* celebrado en el CENEAM el 24-26 de abril, fruto de la cooperación entre el OAPN del MAGRAMA y Turespaña en el marco del Plan Nacional Integral de Turismo (PNIT) y ejecutado a través del Plan anual de actividades del CENEAM 2013.

### 1. Antecedentes.

Los Seminarios permanentes del CENEAM son jornadas de trabajo en torno a un tema concreto y protagonizadas por los actores implicados responsables del referido tema. Llevan funcionando mucho tiempo y son un buen foro de trabajo para avanzar de forma práctica en la resolución de las necesidades de un sector o en servir como método de trabajo. Algunos de los seminarios permanentes llevan ya muchas convocatorias como es el caso del Seminario de fiscalías ambientales que reúne a los fiscales de medio ambiente.

En el marco del PNIT y dentro de la actuación 54 “Programa de formación para empresas sobre ecoturismo sostenible”, el OAPN y Turespaña pactaron un programa formativo en las instalaciones del CENEAM, diseñando un Seminario permanente del “Club Ecoturismo en España” como fórmula para trabajar en su impulso de forma participada especialmente con las asociaciones de empresarios de turismo y con la Agrupación Empresarial Innovadora AEI TUREBE, como aglutinante del sector turístico privado responsable de configurar la oferta de ecoturismo. De esta forma también se contribuye al cumplimiento de la actuación 51 del PNIT “Consolidación del producto Ecoturismo en España”.

Turespaña viene tiempo apostando por el producto “Ecoturismo en España” configurado por una selección de los espacios protegidos dotados con un plan de turismo sostenible y de los empresarios de turismo más formados, diferenciados ambos por implantar sistemas de acreditación voluntaria a favor de la sostenibilidad del turismo. Se pretende así garantizar al turista que España tiene una oferta fiable de ecoturismo certificado, basada en destinos y empresas certificadas, con el fin de captar al turista sensible e interesado en contribuir con sus vacaciones al desarrollo turístico sostenible de las áreas protegidas que visita. En este proceso se ha intentado contar con todos los actores implicados, sobre todo las administraciones ambientales, las administraciones turísticas y el sector privado (asociaciones de turismo, GAL).

**Para ello en su día Turespaña impulsó dos sistemas solventes:**

- El **sistema de adhesión de empresas turísticas a la Carta Europea de Turismo Sostenible CETS** (en cooperación con Europarc-España como representante de las administraciones ambientales de las CC.AA);
- El **sistema para adherir empresas al producto Reservas de la Biosfera Españolas RBE** (en cooperación con el Consejo de Gestores de Reservas de la Biosfera Españolas, el Organismo Autónomo P. Nacionales OAPN del MAGRAMA y las CC.AA.).

**Ambos sistemas están funcionando** y logrando un compromiso a favor de la sostenibilidad por parte de los empresarios de turismo ubicados en estos territorios protegidos. Además ha surgido un sistema similar para vincular a las empresas turísticas ubicadas en los Geoparques, probándose por ahora en el Geoparque de Villuercas. Estos sistemas se han usado como vías de entrada al club Ecoturismo en España que empieza ya a ser conocido como un club de destinos y empresas turísticas proveedoras de la experiencia de ecoturismo.

**Para dar a conocer y analizar los avances logrados en este proceso de impulso del ecoturismo, se celebró este seminario permanente**, con el objetivo añadido de reunir a las asociaciones de turismo ubicadas en Espacios protegidos con las que se ha venido trabajando en los últimos años, y trazar una hoja de ruta que permita seguir avanzando, además de dar cumplimiento al PNIT.

## **2. Objetivos del Seminario permanente.**

**El Seminario se concibe como una oportunidad para el club Ecoturismo en España para construir un consenso sobre el futuro del Ecoturismo en España y para:**

- **Mostrar** a las asociaciones de turismo ubicado en ENP la **situación del producto “Ecoturismo en España” y los avances anuales** del club como método de trabajo.
- **Presentar la estrategia de promoción** e impulso del producto “Ecoturismo en España”.
- **Mostrar las acciones de impulso que se están haciendo** a favor del ecoturismo con el apoyo del MINETUR, con el fin de articular propuestas de mejora y aumentar la masa crítica de empresarios vinculados al club.
- **Reunir al tejido asociativo de turismo ubicado en los ENP para sugerir propuestas de mejora** que podrán considerarse en el plan estratégico del ecoturismo.
- **Mostrar los avances del ente gestor del producto Ecoturismo en España y compartir este enfoque para acordar un modelo de funcionamiento del club de producto.**
- **Formar a los responsables de las asociaciones sobre las acciones de impulso** del ecoturismo, procurando que asuman la estrategia común de impulso y promoción.
- **Trazar una hoja de ruta con los próximos pasos a dar por el ente gestor del club Ecoturismo en España.**

Perfil de los participantes: Personal técnico y directivo de las asociaciones de turismo ubicadas en ENP, Agrupaciones Empresariales Innovadoras, gerentes de Grupos de Acción local.

### 3. Situación actual del producto “Ecoturismo en España”.



En la primera jornada del seminario Turespaña expuso la situación actual del club y de los sistemas de adhesión, y de los avances del club con el impulso del sector privado.

Actualmente el producto “Ecoturismo en España” está configurado por un conjunto de Espacios Naturales (24 ENP con CETS + 8 RBE adheridas + 1 Geoparque) y una selección de más de 600 empresas de turismo que han recibido formación y acreditación por su compromiso con la sostenibilidad turística en estos espacios protegidos.



Gráfico: panel del club expuesto en FITUR 2013 en el Stand de Turespaña (al mapa le faltan el P. Natural de las Subbéticas, el PN de Cabañeros, el P. Regional de Gredos, la Reserva Natural del Valle de Iruelas que ya dispone de empresas adheridas a la CETS, y la Reserva de la Biosfera de Monfragüe que está iniciando la adhesión de empresas).

El Plan Nacional e integral de Turismo (PNIT) incluye en la medida “Puesta en valor del patrimonio cultural, natural y eno-gastronómico” la actuación “Consolidación del producto de turismo de naturaleza (Ecoturismo en España)”, “basado en una selección de los mejores espacios protegidos y de las empresas de turismo mejor preparadas diferenciadas por implantar sistemas de acreditación voluntaria a favor de la sostenibilidad. Los destinos seleccionados con los ENP con CETS, las Reservas de la biosfera, los geoparques, los ENP de la Red Natura 2000 y las reservas marinas”.

El esfuerzo realizado en los últimos años ha sido importante, y gracias a la cooperación con el resto de actores implicados (administraciones ambientales y turísticas de las CC.AA, Europarc-España, algunos Grupos de Acción Local y empresarios de turismo) ha sido posible tener por fin una oferta de ecoturismo diferenciada y disponible para los consumidores. La oferta acreditada con la Carta Europea de Turismo Sostenible está en el Canal de ecoturismo del portal de promoción de Turespaña en el extranjero: [www.spain.info](http://www.spain.info). Estas empresas figuran gratuitamente en este portal con sus servicios y links a sus web. Además esta oferta está en la



web de Europarc-España <http://www.redeuroparc.org/> y en otros portales como <http://mitierramaps.com/>.

En el año 2009 si se buscaba el término ecoturismo en España sólo salía alguna empresa privada. *Actualmente si se busca “Ecoturismo en España” en primer lugar sale [http://www.spain.info/es/disfruta/en\\_la\\_naturaleza/ecoturismo/](http://www.spain.info/es/disfruta/en_la_naturaleza/ecoturismo/).* Sucede igual si se busca el término en inglés, alemán o francés.

Con respecto al **producto Reservas de la Biosfera Españolas**, éste se integra bajo el paraguas de “Ecoturismo en España” y se ha implantado en 5 RB de Asturias y 154 empresas, la RB de La Palma y 133 empresas y la RB de la S<sup>a</sup> del Rincón con 8 empresas turísticas, gracias a los correspondientes convenios entre Turespaña y las administraciones turísticas autonómicas y locales. En el caso de las RB de Asturias se ha elaborado un portal propio de promoción <http://www.asturiasbiosfera.com/> y una campaña específica.

De forma complementaria a este proceso, **Turespaña es socio tecnológico del proyecto de cooperación denominado “Los parques nacionales con CETS, destinos de turismo sostenible”**, liderado por **AIDER La Gomera**, en el que participan los GAL de los PN de Doñana, Sierra Nevada y Garajonay, y que es financiado por la Red Rural Nacional del MAGRAMA. **Este proyecto pretende afianzar el producto ecoturismo en estos espacios** y ha elaborado un “*Plan de marketing del producto Ecoturismo en España*” aplicado a los 3 P. Nacionales participantes. Este proyecto guarda relación con el proceso de creación del ente gestor de la oferta de ecoturismo en España, con el trazar una estrategia común para la promoción del Ecoturismo, y liderar a todos los empresarios de turismo ubicados en el conjunto de territorios que participan en el club ecoturismo en España.

Existen **otras iniciativas autonómicas** que aplican el método club de producto que han servido para crear “**birding**” (observación de aves) en varias CC.AA que podrían incorporarse al club ecoturismo en España, siempre que se alcanzase un acuerdo sobre los requisitos y forma de agruparse en el club. Es el caso de Extremadura (<http://www.birdinginextremadura.com>), Navarra (<http://www.turismo.navarra.es/esp/propuestas/observacion-aves/>), y Castilla y León (TRINO, <http://www.birdwatchinginspain.com/>).

**En 2012 se celebró el I Congreso Nacional de Empresas Turísticas en RBE y ENP y se alcanzó la Declaración de Monfragüe que fue refrendada por 17 asociaciones de turismo ubicadas en ENP y REB. Entre otras conclusiones figuran:**

*“El ECOTURISMO EN ESPAÑA es una experiencia turística memorable en los espacios protegidos que muestran lo mejor de nuestra naturaleza, con los empresarios reconocidos como sostenibles por estar adheridos a sistemas solventes que establecen vínculos cooperativos entre el gestor del espacio y los empresarios de turismo ubicados en estas áreas protegidas”.*

*“Que los sistemas “Carta Europea de Turismo Sostenible” y “producto turístico Reservas de la Biosfera” son sistemas solventes para ensamblar experiencias de ecoturismo, al disponer entre ambos sistemas de una masa crítica de empresarios formados para ofrecer la experiencia del ecoturismo certificada y diferenciada, lista para ser promocionada y vendida a escala internacional. Que también hay otros sistemas de requisitos tipo club de producto que diferencian a los empresarios de turismo que se han formado para ofrecer modalidades turísticas de ecoturismo, como el caso del birding en Extremadura o en Navarra”.*

*“Que debe existir un único ente que pueda ser referencia para la promoción internacional del ecoturismo y que en el futuro pueda firmar acuerdos de promoción con las administraciones turísticas. El ente nacional podría encargarse de la gestión del producto a nivel nacional (promoción internacional, seguimiento, comercialización, evaluación de la gestión), agrupando a las asociaciones de empresarios locales o autonómicas con empresarios formados para ofrecer el ecoturismo, sin menoscabo del principio de subsidiariedad que debe regir para que cada asociación local o autonómica desarrolle sus propias estrategias a la hora de promocionar y vender el producto ecoturismo u otros productos, y trabajar con sus propios asociados en cada territorio”.*

**Pasado un año de esta declaración de Monfragüe, los principales avances del club han sido: la creación de su imagen y un portal específico, la estrategia común de promoción y la incorporación de este enfoque al PNIT, y las posibilidades de cooperación público – privada.**

#### **Situación de la Carta Europea de Turismo Sostenible en ENP:**

**Europarc-España** expuso la situación de la CETS en España y Europa, concluyendo que continuará con las actuaciones de divulgación a todos los niveles con jornadas, seminarios, encuentros, cursos, asistiendo técnicamente y formando a las empresas y a los parques que lo solicitan. También dando continuidad al Seminario permanente de la CETS para los técnicos de los ENP, y continuar colaborando con TURESPAÑA en todas las actuaciones relacionadas (Club Producto Ecoturismo), para que en el futuro mejore su promoción.

#### **4. Avances club Ecoturismo en España, el papel del sector privado.**

**El sector privado** también se ha sumado a este impulso y, en el marco de ayudas de la DGPYME del MINETUR para la creación de AEI, surgió en 2010 la Agrupación empresarial Innovadora AEI TUREBE (ecoturismo responsable en la biosfera). Se trata de una AEI que reúne a asociaciones empresariales de turismo ubicadas en estos espacios, entidades públicas y fundaciones a favor del turismo sostenible. Esta AEI cuenta con un plan estratégico propio para impulsar el turismo sostenible en los ENP.

**La AEI TUREBE es una asociación sin ánimo de lucro que tiene entre sus fines estatutarios:** “ser referencia a escala nacional de productos y clubes de ecoturismo en España para servir de interlocutor frente a las Administraciones Públicas con competencias en turismo, medio



*ambiente y desarrollo rural para desarrollar y promocionar el producto ecoturismo” . Es una AEI abierta a la incorporación de más socios y asociaciones interesadas en impulsar el ecoturismo de forma sostenible.*

**Entre los fines de la AEI TUREBE están entre otros:**

- *Apoyar la implantación y consolidación del productos y clubes de ecoturismo en España en los Espacios Protegidos, generando y ejecutando de forma colaborativa proyectos innovadores que mejoren la sostenibilidad y viabilidad de este producto, en sus distintas necesidades (formación, promoción, comercialización, uso de tecnologías de la información y comunicación, evaluación de impactos y repercusiones socioeconómicas, uso de herramientas y tecnologías para mejorar su sostenibilidad y calidad).*
- *Servir al sector del turismo y a sectores relacionados como asociación de referencia para promocionar una oferta turística sostenible en los Espacios Protegidos mencionados, ligada a la conservación y mejora del patrimonio cultural y natural.*

En el último año **TUREBE ha aumentado su número de socios alcanzando la cifra de 30 socios.** Entre ellos destacan **13 asociaciones de turismo ubicadas en ENP:** ASOLAN (Asociación Insular de Empresarios de Hoteles y Apartamentos de Lanzarote), Asociación Turisme Garrotxa Catalunya, Associació d'Empreses i Activitats Turístiques del Delta de l'Ebre, Asociación de Empresarios de Turismo y Comercio Minorista Gredos Norte (ASENORG), Asociación De Turismo Rural Gredos Valle del Tiétar, Asociación de Turismo Sostenible Sierra de Cazorla, Segura y las Villas, Asociación Foro de la Carta Europea de Turismo Sostenible de Sierra Nevada, Red Andaluza de Centros de Educación Ambiental (ONDAS), Geovilluercas, Asociación de Empresarios Turísticos del Geoparque Villuercas, Ibores, Jara, y Asociación Turismo Sostenible Cabañeros Castilla La Mancha, Asociación de Turismo Rural Fuentes del Narcea, asociación turismo sostenible de Cabañeros. Este conjunto de empresas representan ampliamente una gran cantidad de empresarios privados. También entidades y empresas relacionadas con la prestación de servicios de consultoría como DELVAL S.L., o Ambienta 45 CBD. Entre las entidades públicas está también la Diputación de Cáceres.

En los últimos 3 años TUREBE ha desarrollado 4 proyectos innovadores. El primero fue [www.icairn.org](http://www.icairn.org) para diseñar aplicaciones de realidad aumentada y señalización virtual de senderos en las RBE y los ENP. En cooperación con otras AEI se han desarrollado **“custodia marina y turismo en la Comunidad Valenciana” con la AEI MAESTUR y “A tu ritmo: rutas e itinerarios interactivos en Reservas de la Biosfera”** que se ha aplicado en la Reserva de la Biosfera de Monfragüe, ambas actuaciones cofinanciadas por el MINETUR y los socios de TUREBE. Segittur (Sociedad Estatal para la gestión e innovación turística) divulga las AEI a través de jornadas concretas <http://www.segittur.es/nav/sala-de-prensa/detalle-documento/Accesibilidad-movilidad-y-sostenibilidad-centran-los-proyectos-de-las-AEIs-aprobados-en-2011/>

TUREBE y AIDER La Gomera, GAL coordinador del proyecto de cooperación “Los P. Nacionales como destinos de turismo sostenible”, están trabajando para que se puedan realizar las necesarias labores para impulsar la oferta de ecoturismo acreditado en España por estos sistemas.

**En la convocatoria de AEI de 2012, la DGPYME del MINETUR aprobó la actuación “Ecotourism Payback Experience” presentada por TUREBE que consiste en el diseño de experiencia de ecoturismo que contribuyan a la conservación de la naturaleza a través de un sistema de aportaciones voluntarias de los turistas y de los empresarios a las acciones de conservación de la biodiversidad emblemáticas. Este proyecto se está desarrollando en ENP que pertenecen de forma teórica al club Ecoturismo en España (la RB de Picos de Europa, la RB de Monfragüe y el PN de Cabañeros adherido a la CETS).**

**Ecotourism Payback experience ha creado el primer portal privado de ecoturismo: [www.soyecoturista.com](http://www.soyecoturista.com) que *debe servir, al igual que sucede con otros clubes de producto ya consolidados, para vincular e incorporar la oferta de experiencias de ecoturismo diferenciadas para ofrecérselas al turista.* El portal está incorporando experiencias de ecoturismo configuradas por empresas adheridas a los sistemas empleados (CETS, RBE) y vinculadas a acciones de conservación de la biodiversidad protagonizadas por fundaciones que muestran proyectos de conservación de la naturaleza. También incorpora fichas de las empresas turísticas proveedoras de las experiencias y fichas de los ENP como destinos con enlaces a sus web oficiales.**

**Este portal creado con la co-financiación del MINETUR y de los socios de TUREBE ES YA EL PORTAL PRIVADO DEL “Ecoturismo en España”, siempre que se agrupen los actores privados implicados y se produzcan resultados en la promoción y comercialización.**

**Por tanto, se tiene ya una web propia, un plan de marketing, y las asociaciones de empresarios son mayoría en la AEI TUREBE que sigue activa por 4º año consecutivo ejecutando proyectos a favor de los empresarios y destinos de ecoturismo.**

##### **5. La situación de las asociaciones de turismo en relación al producto y a los destinos de ecoturismo.**



**Todas las asociaciones de turismo participantes tuvieron oportunidad de presentarse y exponer sus características, socios, cuotas y su relación con el club Ecoturismo en España (esta se recoge en el listado de participantes y en una presentación denominada análisis comparativo de las asociaciones de turismo ubicadas en ENP).**



**Las asociaciones participantes fueron:** ASENORG (Asociación de empresarios de Gredos Norte), ASOCIACION DE TURISMO RURAL DE FUENTES DEL NARCEA, ASOLAN (Lanzarote), GDR AIDER LA GOMERA, ASOCIACIÓN DE Turismo Rural de Somiedo, RED ARRAYÁN DE CULTURA, Asociación de turismo de la CETS en Las Batuecas, ATUREBRE (Delta del Ebro), MIREVEN (RB Sª

del Rincón), ADESGAM (Sierra de Guadarrama), ASOCIACION FORO DE SIERRA NEVADA, ASOC. TURISMO SOSTENIBLE DEL P. NATURAL S<sup>a</sup> DE CAZORLA, SEGURA Y VILLAS, AEI TUREBE, ASSOCIACIÓ D'EMPRESSES I ACTIVITATS TURISTIQUES DEL DELTA DE L'EBRE, ASOCIACIÓN G.D.R. SUBBÉTICA, ASOCIACION TURISME GARROTXA, AUTURAL, Turismo Verde de Huesca, Asociación Turismo Sostenible de CABAÑEROS, GEOVILLUERCAS (asociación de empresarios de turismo del Geoparque Villuercas), GAL SEGOVIA SUR, TRINO (Red de turismo de interior y ornitológico), ASOCIACIÓN DE TURISMO ACTIVO DE C-LM, ASOCIACIÓN DE TURISMO RURAL ALTO TAJO, ATUSIMA (asociación de turismo de la Sierra de Madrid) y AMUPARNA (Asociación de municipios de la Red de P. Nacionales).

Las asociaciones de turismo expusieron las **principales necesidades con respecto al impulso del ecoturismo:**

- **Debe existir una mejor relación con los gestores de los ENP** que deben contar con la participación de las asociaciones de turismo ubicadas en estos ENP a la hora de planificar el uso público en los ENP.
- **Preocupación por los recortes en la gestión de los ENP** que afectan a los equipamientos de uso público, importantes para mostrar los ENP y ensamblar una oferta de ecoturismo.
- **Los ENP con CETS deben renovarla como demostración del compromiso** con el turismo sostenible, sobre todo por el compromiso que tienen con los empresarios de turismo que están invirtiendo en mejoras para seguir con la CETS.
- **Resolver el problema de los alojamientos ilegales.**
- **Mejorar la promoción apostando por una estrategia eficiente y común.**
- **La comercialización es un tema pendiente que debe acometerse estudiando las alternativas** e intentando apostar por las más eficientes.
- **Mejorar la formación para estar al día** en acciones de promoción.
- **Aumentar la promoción del producto ecoturismo** por todas las vías posibles.
- **Se debe disponer de un equipo profesional** que trabaje a favor del producto ecoturismo para mejorar la interlocución con las administraciones ambientales y las turísticas.
- **Se debe alcanzar un acuerdo de promoción con las CC.AA. y Turespaña** que permita una base para iniciar una promoción conjunta entre todos los actores implicados en este producto.

Se invitó también a AMUPARNA por su papel en la Red de PN, y a algunos GAL que están implicados en la CETS (como GDR Subbéticas) y en los Geoparques (GDR Subbéticas).



## **6. Cómo funciona el club de Ecoturismo en España.**

**Turespaña explicó cómo funciona el método club de producto y cómo el producto "Ecoturismo en España" está cumpliendo con los pasos necesarios para comenzar a ser promocionado de forma conjunta por todos los actores implicados.**

**Un club de producto debe tener un ente gestor** que asuma las siguientes funciones:

- Actuar como **interlocutor único a nivel nacional e internacional** del producto.
- **Representar a los empresarios** que se adhieren al club.
- **Prestar asistencia a los empresarios** que forman parte del club (renovar adhesiones a CETS, o a producto Reservas de la Biosfera, o nuevas adhesiones).
- **Velar por el cumplimiento de los requisitos y aprobar adhesiones** de empresas.
- **Actualizar la oferta** que compone el club y **mantenerla al día, lista para una promoción eficiente**.
- **Promocionar el producto con fondos propios y con la ayuda** de las AA.PP, llegando a la demanda segmentada previamente.
- Ayudar a **comercializar la experiencia** y/o comercializarla directamente con los acuerdos correspondientes con los empresarios.
- **Ofrecer beneficios a los empresarios que se adhieran:** formación, asistencia técnica, intercambio, promoción conjunta y específica, comercialización.
- **Acometer proyectos innovadores** para resolver las necesidades del producto (de los territorios, de las empresas turísticas, de los comercializadores y del turista), y usar eficientemente los mecanismos de financiación.

Se expuso una comparativa de los clubes Rutas del Vino de España, Estaciones Náuticas y Ecoturismo, viéndose claramente las analogías y diferencias. *Como principales valores añadidos del club ecoturismo con respecto a los otros dos clubes:* tener territorios planificados y con gestión activa a favor del producto como son los ENP delimitados por legislación específica (presupuestos concretos a favor del turismo sostenible en estos destinos), disponer de sistemas de adhesión reconocidos a nivel internacional (a diferencia de los otros clubes cuyos requisitos son sólo para España), sistemas de requisitos más enfocados a la sostenibilidad en su triple dimensión.

Sin embargo, *hay aspectos concretos que Rutas del Vino o Estaciones Náuticas sí tienen y ecoturismo no aún:* sistemas de cuotas para empresarios de turismo que les permitan disfrutar de las acciones de promoción (para mantener un portal de promoción privado propio), equipo de gerencia fijo, convenios de promoción específicos con las Administraciones turísticas, sistemas de ayuda tipo subvenciones nominativas, estrategia de promoción común y consensuada con todos los destinos y asociaciones que forman parte del club, sistemas de comercialización común, y seguimiento de las repercusiones de las acciones de promoción.

### Se expusieron las necesidades del club Ecoturismo:

#### Formación para los empresarios:

- Preparar sus servicios turísticos para proporcionar vivencias o experiencias
- Mejorar sus estrategias de marketing a nivel de destinos locales
- Ensambalar los servicios y ofrecerlos a TT.OO. y clientes finales como auténticas experiencias de ecoturismo que contribuyan a la conservación y desarrollo sostenible del ENP donde se ubican.

#### Cooperación entre miembros del club:

- Tener un **cauce de comunicación** entre asociaciones empresariales y AA.PP. turísticas y ambientales
- **Agrupar a todas las asociaciones empresariales** ligadas al producto Ecoturismo en España.
- Encuentro anual de actores del club de producto (puede ser el Seminario Permanente del CENEAM).
- **Plan de marketing nacional para el producto** pactado entre CC.AA. Turespaña y asociaciones, y crear un grupo de trabajo para ejecutarlo.
- Compartir bases de datos de TT.O. y de clientes.
- **Cooperar con otras AA.PP.** Medio ambiente, desarrollo rural
- **Rastrear fuentes financieras** para nutrir el funcionamiento del club.
- Filtrar estudios de mercado y resultados para orientar promoción.
- **Disponer de una gerencia** del club apoyada por las Asociaciones y AA.PP.
- **Seguimiento de demanda** (sistema de encuestas comunes) y de repercusiones y retorno de la inversión en el club.

Finalmente se expusieron las funciones del ente gestor y un posible modelo de funcionamiento y un modelo tipo de convenio de impulso y promoción del ecoturismo, que podrá plantearse por el ente gestor a las administraciones implicadas. 

### 7. El plan de marketing del producto Ecoturismo en España.

Turespaña, en calidad de socio del proyecto de cooperación “Los Parques Nacionales como destinos de turismo sostenible”, expuso un resumen del plan de marketing que ha sido elaborado por este proyecto de cooperación en el que han participado los GAL de los PN de Garajonay, Sierra Nevada y Doñana, financiado por el MAGRAMA a través de la Red Rural Nacional. 

**El plan ha trazado una estrategia** y un conjunto de **actuaciones a corto y medio** (2012-2014) para mejorar la comunicación, promoción y distribución del producto ecoturismo en los tres parques nacionales, y se ha pretendido que este plan sienta las bases de una estrategia común de marketing para el producto Ecoturismo en España que supere la vigencia del proyecto de cooperación en el que se encuadra.

El plan ha realizado un amplio y profundo diagnóstico de la demanda actual y potencial, de los productos actuales de ecoturismo que se ofrecen en estos parques. Se ha segmentado la demanda a la que dirigir las acciones de marketing que se proponen en el plan, identificándose perfiles de ecoturista especializado, activo, generalista, educativo, rural-contemplativo, solidario. Se ha establecido una estrategia de promoción para aportar valor del producto antes, durante y después del viaje.

#### **El producto ecoturismo en España necesita:**

- Ser una **marca bien definida con suficientes garantías** y además reconocida no sólo por la labor de marketing que se haga ad hoc, sino por sus **la fuerza de sus experiencias** y el valor **añadido que aporten sus proveedores**.
- Estar **soportado por sistemas de garantía que ensalce sus atributos** y llegue a los consumidores.
- Tener una **masa crítica de proveedores bien organizados con una filosofía común y una vinculación con los destinos turísticos** que ofrecen.
- **Hacer entender a los empresarios que cada experiencia consumida debe realzar el valor de la marca.**
- **Llegar a los potenciales consumidores como algo nuevo** que hasta ahora se han perdido de España.
- **Fidelizar a los turistas que ya disfrutaban de la experiencia**, reforzando sus ganas de seguir contribuyendo a un patrimonio que ya aman (por sus paisajes, su gastronomía, sus gentes).
- **Dotarse de una unidad de acción que gestione la marca y preste los servicios a los empresarios** que voluntariamente quieran participar en ella, **y a los destinos**.

En la presentación del plan se detalla la estrategia común y se citan las principales acciones de promoción propuestas para ejecutar este plan de marketing que debería ser usado como vademécum para la promoción de destinos de ecoturismo que compartan el mismo enfoque del club. Todas las presentaciones se colgaron en la web del CENEAM dedicada a este Seminario Permanente del Club Ecoturismo en España.



## 8. Taller sobre el ente gestor del club Ecoturismo en España.

La AEI TUREBE presentó el modelo de funcionamiento del ente gestor del club y abrió un debate con las asociaciones de turismo para enriquecer este modelo y lograr un consenso sobre sus puntos básicos.

La AEI TUREBE quedó ratificada como ente gestor del club Ecoturismo en España y propuso 2 niveles de funcionamiento, ambos compatibles (el nivel A enfocado a dar servicios a las asociaciones de turismo ubicadas en los ENP; mientras que el nivel B se centraría en dar servicios a cada uno de los empresarios que participan en el club para que gocen de las ventajas del club):

### A) Funcionamiento de la AEI TUREBE:

*Servicios y ventajas ofrecidos a los socios (nivel asociaciones de empresarios):*

- Formar parte de la asamblea de TUREBE: toma de decisiones sobre la Estrategia del Club Ecoturismo en España.
- Posibilidad de presentar proyectos a la **convocatoria de ayudas exclusiva para las AEI.**
- Acceso a resultados y posibilidad de implantación de **proyectos innovadores y sus modelos de negocio.**
- Recibir información de **eventos y convocatorias** de interés (Plataforma ThinkTur, Segittur, etc).
- Cierta asesoría técnica para la presentación de proyectos.
- Comunicación y divulgación de TUREBE, sus socios y sus proyectos.
- Espacio de intercambio y colaboración entre socios y entre AEI y otras AEI..
- Entidad de referencia sobre innovación y sostenibilidad del Ecoturismo en España ante las AAPP y otras entidades de interés.
- Posibilidad: Promoción de cada uno de los destinos de ecoturismo representados por cada una de las asociaciones en la web **soyecoturista.com** y enlace a la web de cada asociación (siempre que cumpla ciertos criterios de sostenibilidad).

*Obligaciones de los socios:*

- **Pagar las cuotas.**



- Participar en los órganos de funcionamiento de la AEI (Asamblea, Junta directiva).
- Suministrar datos para el seguimiento de la AEI (personal, volumen de negocio, acciones de promoción, etc).
- Participación activa en el diseño de proyectos colaborativos de innovación.
- Cuando participen en proyectos subvencionables, ejecutar sus funciones y responsabilidades según hayan sido establecidas.
- Suministrar la información necesaria para incluir en la web [www.soyecoturista.com](http://www.soyecoturista.com)
- **Promocionar esta web y la imagen del club Ecoturismo.**

B) Funcionamiento como ente gestor del Club Ecoturismo en España:

*Servicios que recibirán los empresarios pertenecientes al club (tareas a desempeñar como ente gestor a favor del producto Ecoturismo en España y a favor de los proveedores del mismo):*

- Ser el **interlocutor de los empresarios de ecoturismo y entidad de referencia** ante Turespaña, Comunidades Autónomas y otras entidades de interés, **como representante de una selección de empresas turísticas que han apostado por un ecoturismo “certificado”** y sostenible (ambiental, social y económicamente), con el fin de lograr **convenios de promoción** del Ecoturismo en España para promocionarlo en el mercado nacional y el internacional.
- **Promoción de los destinos y empresas del Club Ecoturismo en España** en mercados nacionales y especialmente internacionales, siguiendo las líneas del Plan de Marketing de Ecoturismo en España:
  - ✓ Asistencia a ferias, fam trips, press trips, blog trips...
  - ✓ Marketing on-line, labor de community manager y redes sociales.
  - ✓ Campañas de comunicación y presencia en medios.
- **Comercialización on-line de las empresas y experiencias del Club Ecoturismo en España.**
- Gestión y promoción del portal [www.soyecoturista.com](http://www.soyecoturista.com) como portal privado del Club donde el viajero puede encontrar destinos y empresas comprometidos con la sostenibilidad y la calidad, así como experiencias únicas para conocer los espacios protegidos de España.

- **Entidad de referencia con información actualizada** sobre la oferta, demanda y sostenibilidad del Ecoturismo en España para facilitar la preparación del viaje al turista y a las agencias especializadas.
- Labores de **asistencia técnica y formación a los empresarios adheridos al club para ayudarles en la renovación (CETS, Reservas de la Biosfera)**, y en cuanta formación técnica precisen y se acuerde.
- Diseño y ejecución de proyectos colaborativos y de innovación desde la AEI orientados a la promoción y comercialización.

#### Gerencia del club:

- Apoyo al desarrollo del ecoturismo: observatorio turístico del club (oferta, demanda, evaluación socioeconómica).
- Impulso al producto y cooperación público-privada: Comité Nacional del Club y actividades de encuentro.
- Formación para adaptar los servicios de los empresarios al club.
- Promoción: gestión del portal soyecoturista.com, community manager, comercial, relaciones públicas, convenios de promoción.
- Gestión del Club: búsqueda de vías de financiación y participación y desarrollo de proyectos.

#### Portal [www.soyecoturista.com](http://www.soyecoturista.com):

- **Plataforma base para la promoción** de Club Ecoturismo en España: garantía de compromiso con la sostenibilidad y experiencias auténticas de ecoturismo.
  - ✓ **Sistema de cuotas** para las empresas que quieran estar en el portal ajustada al tipo de empresa: habrá que establecer un sistema de cuotas para casas rurales de menos de 10 plazas, de más de 10 plazas; hoteles de menos de 20 plazas, 20-50 plazas, más de 50 plazas; restaurantes; empresas de actividades; otros: tiendas, centros de interpretación privados.

**Potencial:** cerca de 600 empresas adheridas a la CETS, Club Reservas de la Biosfera y Geoparque. Muchas más teniendo en cuenta: Birding, TRINO, etc.



## 9. Taller para la elaboración participada del Plan Estratégico de la AEI TUREBE.

La AEI TUREBE abrió la participación al tejido asociativo de turismo ubicado en los ENP para sugerir propuestas de mejora que podrán considerarse en el plan estratégico de la AEI TUREBE como ente de referencia para ecoturismo, plan que deberá presentarse en el MINETUR antes de fin de año.

Las líneas estratégicas definidas en el plan estratégico del periodo 2010-2013 fueron planteadas para estudiar su idoneidad, y comparadas con las líneas estratégicas que Turespaña ha marcado para crear valor a lo largo de la cadena del producto Ecoturismo en España, encontrándose similitudes en sus aproximaciones estratégicas:

Líneas estratégicas de TUREBE

1. **INVESTIGACIÓN** – MEJORA DEL CONOCIMIENTO
2. PUESTA EN VALOR DEL **PATRIMONIO E INTERPRETACIÓN**
3. MEJORA DE LA **OFERTA** TURÍSTICA
4. **PARTICIPACIÓN DE LA POBLACIÓN LOCAL** Y EL SECTOR PRIMARIO
5. COMUNICACIÓN - DIVULGACIÓN
6. **GESTIÓN TURÍSTICA Y COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADA**
7. **PROMOCIÓN** Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA
8. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA
9. SOSTENIBILIDAD Y TECNOLOGÍAS AMBIENTALES
10. FORMACIÓN

Líneas estratégicas del producto Ecoturismo definidas por TURESPAÑA

1. **RECURSO (ENP)**  
Ej. Línea **Definición del producto**
2. **DEMANDA**  
**Investigación** de la demanda real a nivel local / nacional / análisis de la oferta
3. **IMPULSO DEL PROCESO DE CREACIÓN DEL PRODUCTO**  
Identificación de los actores y estructuras  
Comunicación del impulso del proceso de creación
4. **OFERTA DE ECOTURISMO: EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS DE USO PÚBLICO – OFERTA TURÍSTICA PRIVADA**
5. **CREACIÓN DE PRODUCTO. IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA CETS EN EMPRESAS (FORMACIÓN, HERRAMIENTAS DE CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD)**
6. **PROMOCIÓN**
7. **COMERCIALIZACIÓN**
8. **ESTRUCTURA DE GESTIÓN DEL PRODUCTO DEL CLUB**
9. **EVALUACIÓN**

En la línea 5. COMUNICACIÓN – DIVULGACIÓN (más votada) se aportaron estas ideas:

A través del club ecoturismo facilitar: (se ponen algunos ejemplos de acciones)

**Alertas y rastreos** de toda publicación de ecoturismo para compartir en el club de ecoturismo (online y offline).

Boletín **soyecoturista** periódico con “recomendación del mes” por sectores, por temática, para los socios del club ecoturismo, centros de interpretación, establecimientos adheridos al club.

Manual del empresario ecoturista Que el turista identifique a cada empresa CETS como empresa ecoturista.



Decálogo/filosofía del ecoturista (folleto comercial atractivo) lo que significa ser ecoturista para que se identifique y le resulte atractivo.

Juegos en redes sociales: Gincana de QR/realidd aumentada para descubrir los espacios naturales.

Divulgar que en los ENP son lugares ideales de observación del cielo: guías, punteros láser, aplicaciones. Ejemplos: Comic del te.rritorio tipo "OSO YOGUI" *chiquieco*, con la misma imagen, pero personalizado para cada territorio. Juegos de ChiquiEco para movil: que tiene que recoger basura, caminar... etc.

Merchandising específico: muñeco/dibujo CHIQUI-ECO, DISTINTIVO soyecoturista para establecimientos y para pines, etc....

Transmitir mensaje a la 3ª edad: SIENTENTE MÁS JOVEN EN UN ENP

QR o Herramienta con locución de las curiosidades del ENP

WIQUI-ECO para contar experiencias de los ENP. Puede ser escrito o grabar la voz.

- Folleto para niños ecoturistas o ¿qué hago con mis niños?
- Para los ENP un manual de ecoturismo para discapacitados visuales: lenguaje braille (tiflotécnico).

En la línea 7 **de Promoción y comercialización se aportaron estas ideas por canales (cliente final, touroperadores, retail, aliados-prescriptores):**

**Cliente final:**

1. Incorporar el logo con el link desde las webs de cada empresa, asociación ENP etc a la web.
2. Venta cruzada a nuestras bases de datos.
3. Open innovation dirigido a generar nuevas innovadoras formas de comercialización, que puede ser una oportunidad de ilusionar al cliente y aumentar la repetición de compra. Plataformas colaborativas para generar investigación de Mercado, tipo smart rural.
4. Compartir en las redes sociales soyecoturista.com.
5. Motor de reservas propio (posible uso de plataforma HERMES cedida para la AEI TUREBE).
6. Acuerdos con motores de reserva especializados en ecoturismo (integración capilar por HERMES con distintos portales comercializadores).



7. Captación de emails en ferias, en la red, redes sociales, etc.
8. Packs regalo digital.
9. Tarjetas/carnet de fidelización con aportaciones a la conservación del espacio.
10. Incorporar a otros agentes de la logística de la experiencia en la red de fidelización siempre que sean coherentes con el posicionamiento de la marca.
11. Promociones en redes, especialmente en instagram y otras redes visuales.
12. Newsletter de comercialización y ofertas.
13. Placa del club visible en los establecimientos.

#### **Touroperadores:**

1. Workshops y famtrips con touroperadores minoristas especializados. Plataforma de agencias tipo trip4real.
2. Pestaña específica para touroperadores?
3. Ferias profesionales.
4. Comercialización directa y personal telefónica por parte del comercial-gerente de TUREBE.

#### **Retail ecoturista:**

1. Acuerdos con el retail de equipos tipo Decathlon, Barrabes, Forum, El Corte Inglés.

#### **Patrocinadores y aliados (prescriptores de la venta):**

1. Empresas RSC (como patrocinio y como potencial comprador por ej. en la “cesta de navidad”).
2. Acuerdos específicos con booking o similares para catalizar el sello soyecoturista en la venta.
3. Ofertas a los trabajadores de las empresas y/o asociaciones sensibilizados como venta: viajes con mensaje de sensibilización.
4. Embajadores-prescriptores de la venta del servicio soyecoturista.
5. Otros clubs de producto que refuercen la imagen de la marca.
6. Ofertas a Centros de investigación y Universidades.

Las restantes líneas se trabajaron en un único grupo que aportó las siguientes ideas:

### **Línea 1: Investigación y mejora del conocimiento:**

Se considera fundamental valorar el impacto social, económico y ambiental de la actividad turística en ENP, impactos positivos y negativos. Para ello se sugiere diseñar un procedimiento común para el seguimiento de la demanda real de ecoturismo e intercambiar datos con Observatorios ya existentes, con grupos de trabajo de diferentes universidades o en el trabajo de expertos (Universidad de Girona, de Jaén, ...).

Se propone crear un knowledge pool que contenga informes y documentos ya elaborados.

Se propone facilitar los datos de los socios de TUREBE (datos pues de empresas de turismo en ENP) vía convenio para conseguir sinergias y analizarlos. Para mejorar el análisis y la información que se tiene del sector también se plantearon las oportunidades que suponen

- redes que ya trabajan en desarrollo rural (Red Rural Nacional, grupos GAL...).
- personal en prácticas de universidades que cuentan con estudios en turismo y sostenibilidad.

Líneas 2, 3 y 6: se considera que la creación de producto y mejora de la oferta está directamente vinculada a la creación de experiencias, impulso del patrimonio y cooperación público-privada. En estas líneas se proponen:

- Fomento de la cooperación y de las sinergias entre distintas entidades (administraciones, ONG, empresas...) y entre las herramientas producidas en los últimos años (ej. plataformas tecnológicas como ThinkTur, Biodiversia, Chil, MiTierraMaps....). Para ello se entiende como paso fundamental realizar un MAPA de ACTORES que están trabajando en el sector.
- Se discute la necesidad de análisis de las diferentes situaciones en las CCAA de España. En este sentido se considera fundamental armonizar la normativa y fomentar la responsabilidad para evitar situaciones de ilegalidad en negocios de ecoturismo que compiten con otros legales en igualdad de condiciones.

En la línea 4 se habla de cómo implicar al sector PRIMARIO siguiendo ejemplos como el de la Xarxa de Custodia del Territori en Catalunya, aliada con la agencia de viajes Taranna, para ofertar visitas a fincas agrarias, como el ejemplo del Tren del Condado, etc.

Se proponen acciones como la coordinación con MAGRAMA para trabajar con D.O./I.G.P., otros Clubes de Producto (vino, jamón), entidades como SLOW FOOD, sector restauración (menú Km 0), o acuerdos con redes o entidades que ya han desarrollado proyectos piloto en la Red Rural Nacional. También en ENP marinos se debería fomentar la integración del sector primario con ejemplos como Lonxanet, Pescaturismo, Lindemares... para así crear productos.

Se entiende finalmente que las líneas 8, 9 y 10 son transversales al resto de líneas estratégicas.

## 10. Conclusiones del Seminario.

En el escenario actual ***el sector privado representado por la AEI TUREBE asume el liderazgo para impulsar y promocionar el Ecoturismo en España. Las 20 asociaciones de turismo ubicadas en ENP, RB y Geoparques participantes en el Seminario han compartido este enfoque común y ratifican que la AEI TUREBE desempeñe la labor de ente gestor del Club Ecoturismo en España***, con todo lo que ello significa: representar a la oferta de ecoturismo vinculada a los ENP con CETS, al producto Reservas de la Biosfera Españolas, o la vinculada a los Geoparque; ser interlocutores ante las AA.PP, ejecutar una estrategia común de promoción que figura en el plan de marketing del proyecto de cooperación los PN como destinos de turismo sostenible, prestar asistencia técnica y formación a los empresarios y sus asociaciones y procurar su vinculación al club, y ayudar a los empresarios a la comercialización.

**Se reconoce el esfuerzo e impulso realizado por la Subdirección General de Desarrollo y Sostenibilidad Turística de Turespaña** como clave para llegar a la situación actual.

**La prioridad ahora es presentar este impulso a las AA.PP. y a la sociedad para que se hagan eco de la importancia que representa el ecoturismo como un producto turístico sostenible para el conjunto de territorios y empresarios vinculados a este producto.**

**Acuerdan aplicar la *Estrategia común de marketing* diseñada por el proyecto de cooperación “Los PN como destinos de turismo sostenible”.** Estrategia que debe servir para promocionar las experiencias turísticas que dan personalidad a este producto, por tanto, promocionar los destinos y a las empresas turísticas proveedoras.

**Acuerdan usar la marca “soyecoturista”** como lema para diferenciar la oferta y elemento tractor de la demanda específica interesada en descubrir el patrimonio natural y cultural de España a través del producto Ecoturismo en España, y potenciar [www.soyecoturista.com](http://www.soyecoturista.com), procurando la incorporación paulatina de proveedores y experiencias al portal. Además las asociaciones de turismo procurarán hacer labor de promoción cruzada para divulgar este portal y la imagen del producto Ecoturismo en España. Se centrarán en comunicar específicamente a todos sus asociados esta web y la imagen del club.

**Las acciones que se ejecuten para su impulso deben ir dirigidas a favor de los empresarios de turismo y sus asociaciones, que a su vez deben ser conscientes de los beneficios** que pueden obtener de la aplicación de una estrategia común y compartida. **Estas asociaciones se comprometen en la medida de sus posibilidades a apoyar el modelo de funcionamiento del club, y a comunicar a las empresas turísticas la importancia de adherirse al club.** En un futuro próximo se definirá la contribución con cuotas de los empresarios particulares al club para poder beneficiarse de las acciones de promoción y comercialización adecuadas, además de gozar de formación y asistencia proporcionadas por el ente gestor del club.



**Acuerdan la necesidad de disponer de una gerencia profesional que mejore las capacidades del ente gestor del club y pueda cumplir todas sus funciones de forma que proporcione beneficios palpables a los destinos, asociaciones y empresarios adheridos.**

Es preciso presentar la **Estrategia y plan de marketing a las CC.AA. con ENP vinculados al club Ecoturismo en España y a Turespaña para agrupar los esfuerzos de promoción.**

Esto pasa **necesariamente por ofrecer la firma un convenio de promoción entre la AEI TUREBE y las CC.AA. – Turespaña, con el fin de que se pueda dar soporte a un plan de promoción anual del producto Ecoturismo en España.**

**La AEI TUREBE seguirá impulsando proyectos en la convocatoria específica de AEI y en otras para intentar financiar este impulso** (de hecho será beneficiaria de un programa Emplea Verde para formar a empresarios de Extremadura y C-LM). **La AEI ha usado el Seminario para elaborar el plan estratégico que exige el MINETUR** para poder optar a las subvenciones específicas de proyectos innovadores.

**La AEI TUREBE ratificará** en asamblea que TUREBE desarrollará las funciones del ente gestor, como interlocutor del sector privado, así como la imagen, dominio y web.

**Se presentará TUREBE como ente gestor a:**

- ✓ A la SET y proponer convenio de promoción.
- ✓ Al SEMA, al OAPN, a la F. Biodiversidad y proponer actuaciones y proyectos a desarrollar.
- ✓ A las CCAA (medio ambiente y turismo).
- ✓ Entidades de referencia y establecer fórmulas de colaboración: Europarc España, otros clubes autonómicos, etc.
- ✓ Medios de comunicación.

**TUREBE se compromete a elaborar el Plan Estratégico y renovar registro como AEI.**

También a buscar las **vías de financiación** para poder desarrollar las actuaciones del Plan de Marketing del Producto de Ecoturismo en España y el Plan Estratégico de TUREBE (**proyectos e iniciativas** de impulso y promoción del Ecoturismo en España).

**El Seminario Permanente ha sido un éxito por la asistencia de actores clave y por la concreción de las actuaciones propuestas a realizar** a corto plazo para seguir impulsando este producto, puesto que el empresariado demanda ya resultados en forma de retorno de la inversión.



## **ANEXO: Hitos para la creación del producto “Ecoturismo en España”.**

2005: **Plan de impulso del turismo de naturaleza elaborado por la SGT fijó la definición de ecoturismo e impulsó el proceso de apoyo a los ENP para que aumentase en España el número de parques con CETS. Resultados:** en el 2005 había 6 ENP con CETS en 2 CC.AA., en 2013 hay 38 en 9 CC.AA.

2007: **Diseño de la 2ª fase de la CETS** para formar y acreditar a los empresarios con la CETS para ofrecer servicios de ecoturismo. **Resultados:** se dispuso de un primer sistema de adhesión de empresas turísticas para diferenciarlas por su sostenibilidad.

2008-2010: **Convenio Turespaña con Europarc-España** para implantar la CETS en 20 ENP, alcanzándose la cifra de **300 establecimientos adheridos a la CETS**, disponiendo de una lista de servicios turísticos o proveedores diferenciados. **Resultados:** además de las 300 empresas, se han formado técnicos de los ENP que ahora forman a los empresarios. Algunos GAL han asumido la formación de empresas para adherirlas a la CETS.

**2009: Turespaña edita la 1ª guía “Ecoturismo en España”** como primera acción de promoción a nivel nacional e internacional. Resultado: el término “Ecoturismo en España” aparece por primera vez en internet.

**2009: Turespaña y el Consejo de Gestores de Reserva de la Biosfera diseñan el producto Reservas de la Biosfera Españolas** que posibilita a las Reservas y a las empresas de turismo que se adhieran al Club Ecoturismo en el futuro. En años sucesivos se firman convenios con las Administraciones turísticas para implantar este producto en RB de Asturias y La Palma.

**2009: los GAL de 3 PN con CETS (Garajonay, Doñana y Sierra Nevada) presentan el proyecto de cooperación “Los PN como destinos de turismo sostenible”** a la Red Rural Nacional del MAGRAMA, lográndose la aprobación del proyecto y su ejecución entre 2010-2013.

**2010: se crea el canal de ecoturismo en el portal oficial [www.spain.info](http://www.spain.info)** reuniendo la oferta de ENP y empresas acreditadas con CETS. El canal está soportado por Turespaña a través de la empresa pública Segittur. Resultados: 142.000 visitas al año al producto Ecoturismo y sus destinos.

2010: se reunieron en Oropesa administraciones turísticas, ambientales y Grupos de Acción Local implicados en productos de turismo de observación de la naturaleza para acordar un impulso a este producto (esta declaración ha sido usada como referencia en el convenio firmado entre SEO y Turespaña para fomentar el turismo ornitológico).

**2010: Se crea la AEI TUREBE (ecoturismo responsable en la biosfera)** y se registra en el MINETUR. El plan estratégico de esta AEI va dirigido a resolver las necesidades de los ENP y del sector privado para organizar y gestionar un ecoturismo sostenible en los ENP y las Reservas de la Biosfera Españolas. Resultados: se han ejecutado 4 proyectos innovadores en 3 años.

2010: **El proyecto de cooperación elabora un plan estratégico de ecoturismo para los 3 PN y va ejecutando sus acciones a lo largo de 2010-2013.**

2010-2012: la AEI TUREBE va cofinanciando y ejecutando varios proyectos innovadores dando soluciones tecnológicas al sector del ecoturismo en varios territorios y cooperando con otros clubes de producto y con la AEI Estaciones Náuticas.



2011: **En las V Jornadas de la CETS en Sierra Mágina se presenta la AEI TUREBE** como estructura con personalidad jurídica que podrá encargarse en el futuro de la gestión del club “Ecoturismo en España” para desarrollar las acciones de promoción y apoyo a la gestión tan necesarias para que el producto vea la luz y se presente a la sociedad.

2012: **I Congreso de asociaciones de empresas turísticas en RBE y ENP: la Declaración de Monfragüe es apoyada por 17 asociaciones y TUREBE se postula como el ente gestor del “Ecoturismo en España”**. En la declaración se menciona la importancia de aprovechar la línea financiera de AEI del MINETUR para acometer el diseño de la imagen del club (WEB) y dotarle de servicios que puedan ser prestados a los empresarios adheridos a CETS o al producto Reservas de la Biosfera Españolas, con el fin de que se consolide el producto “Ecoturismo en España”. Los empresarios acreditados con CETS o con el producto Reservas de la Biosfera Españolas y los adheridos a los Geoparques podrán disfrutar de las ventajas del club y de sus herramientas de promoción, pero habrá de establecerse un modelo de cuotas y de contraprestaciones del club “Ecoturismo en España” para los empresarios.

2012: **el Plan Nacional e Integral de Turismo incorpora el producto “Ecoturismo en España”**.

2012: **adhesión formal de casi 300 establecimientos al producto Reservas de la Biosfera Españolas (154 empresas en 5 RB de Asturias, 133 empresas de la RB de La Palma, 8 empresas en la RB S<sup>a</sup> del Rincón)**, que se sumarían si voluntariamente lo desean al producto “Ecoturismo en España”. Con estos sistemas y un piloto para los Geoparques se alcanza la cifra de 600 empresas y 30 destinos que pueden configurar el club Ecoturismo en España.

2012-2013: **TUREBE pone en marcha el proyecto “Ecotourism Payback Experience”** que logra por fin diseñar una **imagen común del Ecoturismo en España y la primera web**. Además logra diseñar experiencias de ecoturismo que contribuyen a la conservación de la biodiversidad aplicando un sistema payback. Estas experiencias y los empresarios que las proveen en 3 destinos piloto (RB Picos de Europa, RB de Monfragüe y PN Cabañeros-P. Regional Gredos-Llanos de Oropesa-La Jara-Geoparque Villuercas) son los que se incorporan al portal [www.soyecoturista.com](http://www.soyecoturista.com) como oferta piloto. En el futuro podrán incorporarse otros ENP y sus empresarios adheridos, siempre que las empresas contribuyan a mantener el portal y el club Ecoturismo en España de forma análoga a lo que sucede con otros clubes de producto.

2013: **el proyecto de cooperación los PN como destinos de turismo sostenible ha elaborado un plan de marketing para aprovechar la imagen del club Ecoturismo generada por la AEI TUREBE, y así dar continuidad a las acciones de promoción resultantes de este plan de marketing, que en parte podrán acometerse con la última anualidad del proyecto de cooperación, mientras que la mayoría de acciones de marketing serán acometidas por los actores implicados con otras fuentes financieras**.

2013: se celebra el **“I Seminario Permanente Club Ecoturismo en España”** al que asisten 20 asociaciones de turismo ubicadas en ENP adheridos al producto. Se ratifica que la AEI TUREBE sea el ente gestor del producto Ecoturismo en España, se presenta el portal del club y de la oferta privada que quiera adherirse [www.soyecoturista.com](http://www.soyecoturista.com), se presenta el plan de marketing del producto Ecoturismo en España. Se aprovecha para hacer una asamblea de TUREBE en la que nombra una nueva junta directiva presidida por ASENORG. Se constata que la AEI TUREBE ha incorporado a buena parte de las asociaciones de turismo ubicadas en destinos vinculados al club Ecoturismo en España. Se traza una hoja de ruta concreta para presentar el club Ecoturismo en España a los principales actores implicados.