

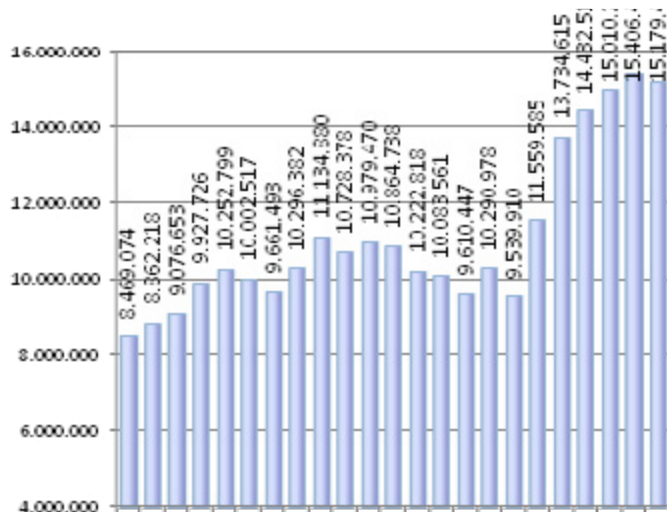
BLOQUE II

LA VISITA A LOS PARQUES NACIONALES



En el año 2018 fueron más de 15 millones de personas las que acudieron a visitar algún parque nacional. Detrás de este impresionante número se esconden una infinidad de intereses, motivaciones y expectativas que debemos conocer para, en la media de lo posible, favorecer que la experiencia de la visita a un parque nacional sea lo más satisfactoria posible.

Dentro de los planes de seguimiento, tanto a nivel de parque nacional por cada uno de los equipos gestores, como a nivel de Red de Parques Nacionales a través del Organismo Autónomo de Parques Nacionales, periódicamente se realizan estudios que analizan la visita a los parques nacionales desde diferentes perspectivas, que sirven para mejorar los planes de uso público en cada parque nacional.



Con los datos aportados por este tipo de publicaciones, trataremos de hacer un retrato robot de nuestro “visitante medio”, teniendo bien claro que las desviaciones sobre el modelo ofrecido son numerosas, tanto espacial como temporalmente, pero valga la simplificación en aras de hacer mas entendible esa foto fija.

Hablamos de una persona de edad media (26 a 45 años, 49% ♂ y 51% ♀), mayorita-

riamente de nacionalidad española. Su situación laboral es la de asalariado por cuenta ajena, con un nivel de estudios universitarios, que se acerca a los parques nacionales como destino principal de su viaje. Nuestro “visitante medio” permanece en el parque nacional medio día aproximadamente, gustan de hacer alguna ruta a pie, pero no son muy dados a visitar

los Centro de Visitantes ni a contratar rutas guiadas (aunque de hacerlo lo que más le llama la atención son las rutas en autobús). Su centro de interés principal es la observación de la naturaleza, practicar el senderismo e incrementándose mucho en los últimos años, la realización de fotografías.

Frecuentemente utiliza las instalaciones de restauración de las zonas próximas al parque nacional, pero solo en una de cada tres ocasiones, pernocta en algún establecimiento del entorno del parque nacional.

Podemos añadir a este perfil, que el usuario que realiza su viaje con el parque nacional como destino principal (40% del total de visitas), suele ser de nacionalidad española y los destinos más frecuentes son los parques nacionales de Cabañeros, Los Picos de Europa, Doñana y Ordesa y Monte Perdido. El viaje suele tener una duración de 2-4 días y este perfil de visitante sí suele acceder a los Centros de Visitantes.



Finalmente dejar unas pinceladas que perfilen a esa quinta parte de los visitantes a nuestra Red de Parques Nacionales constituida por las personas procedentes del extranjero. Según un estudio realizado en 2016 por el OAPN, la procedencia más numerosa fue la alemana con importante crecimiento desde 2007, seguida por los visitantes procedentes del Reino Unido y por último,

nuestros vecinos los visitantes franceses ocuparon el tercer lugar. Los parques nacionales más visitados por extranjeros fueron todos los del Archipiélago Canario, encabezados por Garajonay y la Caldera de Taburiente. Como quinto parque nacional con mayor porcentaje de visitas extranjeras fue el Archipiélago de Cabrera.

Una parte importante del trabajo desarrollado por los parques nacionales es conocer el nivel de satisfacción que los usuarios obtienen de su visita... pero eso lo trataremos en otro momento.

Equipo redactor. OAPN

Con el objeto de profundizar en el conocimiento de la relación que se establece entre la sociedad y la Red de Parques Nacionales y analizar su evolución, periódicamente se realizan estudios sobre la percepción que tienen las diferentes personas relacionadas de alguna forma con los parques nacionales.

Resumimos aquí los resultados de las [encuestas realizadas en los años 2008 y 2016](#), a un total de 12.000 personas que se encontraban visitando algún parque nacional.

En primer lugar, en cuanto al nivel de conocimiento de la figura de parque nacional solo la mitad de las personas encuestadas reconocía esta figura de protección, siendo bastante frecuente la confusión con un Parque Natural. Sin embargo, la mitad de los encuestados reconocía una imagen corporativa relacionada con la Red de Parques Nacionales, aumentando así el resultado obtenido en 2008 que llegaba a un 31%.

En cuanto a la valoración del parque nacional en sus aspectos más generales, los encuestados evalúan muy positivamente tanto la calidad del paisaje como el estado de conservación sin apenas diferencias en los dos años de muestreo. Algo menos valorada (Muy bien y bien el 95%) es la tranquilidad de la visita aunque sube respecto a 2008. Alcanzan mejores porcentajes los parques de montaña y es algo menos valorada por los visitantes extranjeros.



Los centros de visitantes son muy bien valorados tanto en los contenidos de las exposiciones como en la claridad de las explicaciones y en el estado de las instalaciones. Las rutas de senderismo son también muy bien valoradas produciéndose un importante aumento respecto a la anterior encuesta de 2008, sobre todo en la valoración de los visitantes extranjeros referente a la señalización de las mismas.



La accesibilidad a los equipamientos es quizá el aspecto con mayor margen de mejora, ya sea en los accesos al propio parque (regulares para el 16% de los encuestados), como en los accesos a personas con movilidad reducida (regular para el 6% y mal para el 5% de los encuestados).

En cuanto a la información facilitada en la visita a los parques nacionales, se

valora muy bien la que se ofrece en puntos de observación y en los observatorios de fauna, pero baja bastante en la información impresa básica (regular 5% de los encuestados) y la que se encuentra en los Puntos de información (regular 6%).

Globalmente, la valoración que los encuestados hacen de su experiencia es mejor que la obtenida en las encuestas de 2008, llegando las categorías de muy bien y bien a totalizar más del 99% de las encuestas, incluso esta valoración sube si analizamos únicamente aquellas de personas con estancias largas.

Por último se valoró el grado de cumplimiento de las expectativas que los encuestados tenían para visitar el parque, obteniendo como resultado una notable mejora con respecto a los datos de 2008 ya que el 99% de las valoraciones afirmaban haber cumplido las expectativas mucho o bastante.

Estos datos nos ofrecen una información muy valiosa ya que nos marca las líneas principales de mejora por las que avanzar para hacer de la visita a los parques nacionales una experiencia única que favorezca, a través del conocimiento, la protección del Medio Ambiente.

LOS VISITANTES A LOS PARQUES NACIONALES SON IMPORTANTES

09

Equipo redactor. OAPN

Comenzar con esta frase nos evoca la pregunta que la generó: ¿Son beneficiosos los espacios protegidos para la población local? En estas breves líneas trataremos de dar algunos argumentos para que el lector pueda forjarse su propia opinión.

Con frecuencia los parques nacionales han sido percibidos como un freno para el desarrollo de las comarcas donde se asientan, argumento a menudo utilizado contra las políticas de conservación de la naturaleza basadas en la delimitación de éste tipo de espacios.



Sin embargo otras líneas de pensamiento proponen que los espacios protegidos favorecen el desarrollo de nuevas actividades económicas que generan riqueza y empleo en sus territorios y a la vez promueve la integración de la conservación de la naturaleza y el paisaje como un activo empresarial.

Indudablemente los visitantes a los parques nacionales tienen impactos económicos, sociales y ecológicos en su entorno. Por ello desde el Área de Conservación, Seguimiento y Programas de la Red del Organismo Autónomo Parques Nacionales, dentro del [Programa de Seguimiento Socioeconómico](#) se vienen realizando en los últimos siete años, una serie de trabajos que pretenden valorar la evolución de los parámetros socioeconómicos de los 169 municipios que conforman las quince Áreas e Influencia Socioeconómica (AIS) de los parques nacionales españoles.

La figura de Espacio Natural Protegido siempre ha supuesto un aumento de las visitas, convirtiéndose en la actualidad en grandes receptores de lo que genéricamente se denomina “turismo de naturaleza”. Mediante una metodología muy empleada por el Servicio de Parques Nacionales de EEUU, se calcularon los [ingresos brutos, en el AIS, asociados a la actividad económica de los visitantes en dos parques nacionales](#). En el Parque Nacional de Cabañeros se estimó un ingreso anual de 2.345.000€ lo que equivaldría proporcionalmente a una quinta parte del presupuesto del Ayuntamiento de Los Navalucillos (municipio con más población del AIS), mientras que en el Parque Nacional de las Tablas de Daimiel totalizaba un ingreso anual de 18.000.000 € lo que equivaldría proporcionalmente a la mitad del presupuesto del Ayuntamiento de Daimiel (municipio con más población del AIS). Por otra parte, la presencia de un parque nacional en un territorio, normalmente conlleva una serie de inversiones por parte de la comunidad autónoma correspondiente y del Estado, que repercuten en mayor o menor medida en el AIS del propio parque.

Para determinar el efecto que la protección de un espacio puede tener sobre la población local, [se han realizado dos estudios](#), en otras tantas AIS de parques nacionales, comparativos entre un grupo de municipios del área de influencia y otro grupo de municipios sin relación directa con el parque, pero situada en su entorno cercano. Los datos analizados, que abarcan un periodo de veintidós años, muestran que ambos grupos de municipios tienen una evolución bastante similar con pérdida de población, aumento de la edad media, tasa de paro elevada, etc., no obstante se observan algunas diferencias, sobre todo en indicadores económicos como número y diversificación de empresas (sobre todo del sector servicios), capacidad de recuperación de la economía (número de contratos, inmigración), cambios en los usos del suelo, etc que nos permiten afirmar, sin lugar a dudas, que la declaración de una zona de máxima protección, como es un parque nacional, no ha perjudicado a los municipios que aportan territorio al mismo.

