



**TALLER DE TRABAJO CON ASOCIACIONES:
MODELO DE CONVENIO DE PROMOCIÓN PARA
ECOTURISMO EN ESPAÑA**

SEMINARIO CLUB ECOTURISMO EN ESPAÑA

CENEAM, ABRIL 2014

**Subdirección Gral. de Desarrollo y Sostenibilidad
Turística**



Guión de cómo elaborar un plan **ESTRATÉGICO DEL ECOTURISMO EN ESPAÑA** y **UN CONVENIO DE PROMOCIÓN**

- **Fijación de objetivos del plan de marketing** (nivel red de destinos de ecoturismo en España y nivel cada destino o territorio adherido).
- Determinación y clasificación de **Las líneas de actuación para resolver las necesidades en la cadena de valor del producto ecoturismo.**
- Diseño y **ejecución de actuaciones de promoción** del ecoturismo y de actuaciones de soporte.
- **Propuestas de acciones continuas para comunicar el producto** ecoturismo en España (identidad corporativa, marca, procedimientos de comunicación).
- **Análisis de los instrumentos de planificación, de los mecanismos financieros**, mapa de actores implicados y papel de cada uno.
- Cronograma y procedimiento de ejecución y evaluación.



Esquema de actuaciones de un plan de marketing

Propuesta de acciones de promoción del producto (nivel Red):

- **Definición de tipología de acciones de promoción:** campañas corporativas entre Turespaña y CCAA, campañas información, fam trip, relación de ferias idóneas, relación de portales idóneos para acciones de publicidad, feria virtual de ecoturismo, campaña de press trip, campaña de presentaciones en mercado de origen (presentaciones a TT.OO en OET de mercados emisores). **Ficha** de cada una de las Acciones de promoción
- **Web privada del Club de producto** (la condición para la elaboración de este Plan es que se tenga constituido el Ente Gestor a nivel de Red).
- Estrategia de aprovechamiento de las **web públicas** de Turespaña y de las CC.AA. Participantes en el producto Ecoturismo en España.
- Diseño **estrategia de venta:** acciones de bolsas de contratación con TT.OO seleccionados, campañas de venta a público especializado, campañas para interesar a operadores.
- Diseño **estrategia de fidelización:** Tarjeta del Club, Newsletter, programa de descuentos.



CONVENIO DE COOPERACIÓN ENTRE TURESPAÑA Y LAS CC.AA. PARA LA CREACIÓN, EXTENSIÓN, CONSOLIDACIÓN Y PROMOCIÓN DEL CLUB DE ECOTURISMO EN ESPAÑA -

A) JUSTIFICACIÓN

Los ENP con CETS, las RBE, los Geoparques y los ENP de la Red Natura 2000, que suponen más del 27% de territorio nacional, reúnen lo mejor conservado de la riqueza natural de nuestro país que merece la pena ser visitada, conocida y disfrutada a través de un conjunto de servicios turísticos adecuadamente organizados con sistemas de acreditación de su sostenibilidad.

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.

El club de ecoturismo va orientado a mejorar la rentabilidad del turismo en los territorios protegidos, contribuyendo así a los objetivos marcados en la Ley 45/2007 de Desarrollo Sostenible del Medio Rural y la Ley 42/2007 de Patrimonio Natural y Biodiversidad, y a los objetivos del PNIT.



B) DEFINICIÓN

“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”.



C) OBJETIVOS Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

1. Crear el producto Ecoturismo, basándose en el sistema Club de Producto que viene aplicándose en los ENP con CETS, en las RBE, en los Geoparques y en los ENP de la Red Natura 2000 que en comunidades autónomas como Extremadura, Castilla y León, Navarra han configurado la modalidad Birding.

2. Extender la implantación del Club de producto Ecoturismo en el resto de CC.AA, con el fin de consolidar el producto y promocionarlo, y **ejercer una labor de supervisión de la marcha del club**, conectando con las actuaciones de apoyo al club que están realizando los Grupos de Acción Local. **Formar a los empresarios y a los actores implicados para su adhesión al Club, a través de los sistemas ya existentes** (CETS, RBE, Geoparques y requisitos de birding existentes) que seguirán aplicándose en los distintos destinos turísticos.

(cabría la posibilidad de armonizar requisitos desde la AEI TUREBE asociados a la marca soyecoturista para permitir la incorporación de territorios y sobre todo empresas de turismo al club).

3. Diseñar y ejecutar conjuntamente acciones de promoción del Ecoturismo y sus modalidades (Birding) con los territorios mejor organizados con respecto a su oferta y una vez que ésta se haya formado a través de la implantación del Club de Producto Ecoturismo en España.



D) CONTENIDO DE LAS ACTUACIONES A REALIZAR

1) Acciones de extensión:

- **Extender la implantación del Club.**

2) Acciones de consolidación y soporte:

- **Supervisión y evaluación de la implantación del producto**, manteniendo operativo los diferentes sistemas de acreditación existentes (CETS, RBE, etc).

- Las CC.AA, EE.LL y/o GDR usarán el marco financiero adecuado para ejecutar acciones de soporte (señalización, equipamientos interpretativos, formación específica sobre la interpretación del patrimonio, etc.).

- Podrán realizarse **acciones de formación para implantar el Club y para capacitar a los empresarios para configurar el producto.**

3) Acciones de promoción:

- Aumento de masa crítica de empresas y destinos adheridos al club (incorporar a web)

- **Conexión con la web pública** www.spain.info

- Diseño de un **catálogo electrónico del Club de producto** con destinos y experiencias.

- Elaboración de textos y formatos de **promoción electrónica** para incluir en web propia.

- Elaboración de instrumentos de **promoción y comercialización de soporte tecnológico y fomento de la innovación** en instrumentos de comunicación y promoción de destinos.

- Participación en ferias, fam trip, etc.

EJEMPLO DE ACCIONES A INCORPORAR AL PLAN ESTRATÉGICO ECOTURISMO

EJE	LÍNEA	ACTUACIÓN	PRESUPUESTO ESTIMADO	PRIORIDAD	ACTOR EJECUTOR
1. RECURSO					
	Línea definición del producto	-Planes de interpretación y creación de servicios interpretativos (EXPERIENCIAS)			
	Línea mejora de la gestión del recurso los ENP /RBE / R N 2000	- Diseño de un sistema de seguimiento común de los planes de acción de la CETS/RBE / R N 2000 PLATAFORMA TECNOLÓGICA VISOR SIG Valoración de impactos socioeconómicos			
2. DEMANDA					
	Línea investigación de la demanda real a nivel local	- Seguimiento demanda real ecoturistas (Encuesta común Red PN)			
	Línea de investigación de la demanda real a nivel nacional	-Estudio de demanda potencial de ecoturismo			
		-Análisis de los trip reports de ecoturismo en España			
	Línea investigación de la demanda inferida por el análisis de la oferta	- Análisis de los portales (comerciales y no comerciales) de turismo de naturaleza, y ESTABLECER CONTACTOS PARA PROMOCIÓN CRUZADA			
3. IMPULSO DEL PROCESO DE CREACIÓN DEL PRODUCTO					
	Línea identificación de los actores y estructuras locales más idóneas para apoyar el ecoturismo	- Plataforma de destinos de ecoturismo facilitar la gestión a los gestores locales (asociaciones de turismo)			
	Línea comunicación del impulso del proceso de creación	- Gabinete de comunicación del Club Ecoturismo en España, community manager			
4. OFERTA DE ECOTURISMO: EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS DE USO PÚBLICO – OFERTA TURÍSTICA PRIVADA					
		- Seguimiento de oferta turística susceptible de incorporarse al producto ecoturismo.			

EJE	LÍNEA	ACTUACIÓN	PRESUPUESTO ESTIMADO	PRIORIDAD	ACTOR EJECUTOR
5. CREACIÓN DE PRODUCTO. IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA CETS EN EMPRESAS (FORMACIÓN, HERRAMIENTAS DE CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD)					
	Línea configuración de la experiencia turística a nivel local y nacional	Taller creativo de la experiencia de ecoturismo en cada ENP.			
		Seminario permanente Ecoturismo en España.			
	Línea mejora de la formación sobre ecoturismo y de la calidad de los servicios de uso público.	Plan de formación de ecoturismo.			
6. PROMOCIÓN					
		Ejecución del marketing del ecoturismo (nivel de red)			
		<i>Plan de publicaciones del club ecoturismo</i>			
		Web www.soyecoturista.com			
		<i>Cooperación con acciones para promoción de las CC.AA. CONVENIO PROMOCIÓN</i>			
		Premio anual a los mejores empresarios de ecoturismo s y destinos, y de acciones de conservación.			
7. COMERCIALIZACIÓN					
		Contacto TT.OO. especializados, campaña de comunicación de experiencias de ecoturismo.			
8. ESTRUCTURA DE GESTIÓN DEL PRODUCTO DEL CLUB					
		AEI, modelo de funcionamiento y negocio del portal y de la AEI (nivel red) CUOTAS			
9. EVALUACIÓN					
		<i>Sistema de indicadores, plataforma tecnológica</i>			