



ECOTURISMO

ÍNDICE

PÁG. 3	1. MARCO DE ACTUACIÓN
PÁG. 5	2. ¿QUÉ ES EL ECOTURISMO? 2.1 Sostenibilidad eje fundamental de desarrollo
PÁG. 10	3. CLAVES DEL MODELO ECOTURISTA
PÁG. 12	4. VENTAJAS DE LA ECONOMÍA VERDE.
PÁG. 14	5. PATRONES DE CONSUMO DEL ECOTURISTA
PÁG. 17	6. TIPS PARA IMPULSAR LA COMPETITIVIDAD DE UN DESTINO ECOTURISTA 6.1 Factores de elección en destinos de Ecoturismo
PÁG. 23	7. TENDENCIAS EN ECOTURISMO
PÁG. 31	8. IMPORTANCIA DEL ECOTURISMO EN ANDALUCÍA
PÁG. 33	9. EJEMPLOS DE ACTIVIDADES DE ECOTURISMO EN ANDALUCÍA
PÁG. 43	Bibliografía

MARCO DE ACTUACIÓN

1.

MARCO DE ACTUACIÓN

El auge de la **sostenibilidad en el turismo**, la necesidad de reinventarse por parte de las empresas turísticas para satisfacer las necesidades de los usuarios y la aparición de empresas con un fuerte valor social y medioambiental, hace que el **Ecoturismo** sea uno de los segmentos que representa el futuro en turismo.

ANDALUCÍA POSEE UN ENTORNO NATURAL Y BIODIVERSIDAD ÚNICOS, POR LO QUE EL ECOTURISMO, COBRA MAYOR PROTAGONISMO PARA LA CONSERVACIÓN DEL MEDIO, REVALORIZACIÓN DEL ENTORNO RURAL Y CREACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE RIQUEZA.

Andalucía lab, centro de investigación turística de Andalucía, conscientes de la realidad empresarial, los nuevos valores y el destino Andalucía, ha organizado un **foro sobre Ecoturismo** para conocer cómo las empresas turísticas trabajan y qué aportan en su gestión. En el presente ebook ofrece las claves para que los destinos turísticos y las empresas conozcan el trabajo que se está desarrollando y cómo pueden transformar su gestión, ilustrando con casos de éxito de destinos y empresas turísticas que son referentes en ecoturismo en Andalucía. Con el objetivo de dar visibilidad a las iniciativas y emprendedores que actualmente están desarrollando su actividad de ecoturismo en Andalucía hemos realizado un sondeo a través de las redes sociales y entre nuestros usuarios.



¿QUÉ ES EL ECOTURISMO?



2.

¿QUÉ ES EL ECOTURISMO?

EL ECOTURISMO EN SU CONCEPCIÓN MÁS PURA, TRATA DE PROMOVER ACTIVIDADES EN LUGARES POCO TRANSFORMADOS CON EL OBJETIVO DE FOMENTAR LA CULTURA LOCAL, CONSERVAR EL MEDIO Y QUE LOS RECURSOS SEAN EL ATRACTIVO PRINCIPAL DEL DESTINO. A GRANDES RASGOS, SE PUEDE IDENTIFICAR COMO ECOTURISMO A LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE SE DESARROLLAN EN LA NATURALEZA CON EL MENOR IMPACTO POSIBLE CON EL OBJETIVO DE LA CONSERVACIÓN DEL MEDIO, PROMOVER LAS TRADICIONES, EL BENEFICIO LOCAL, Y LA CULTURA DEL DESTINO.

(Fuente: OMT, 2010)

La complejidad del concepto radica en la variedad de factores que lo conforman, además de las diferentes características de los destinos. Por otra parte, la similitud conceptual de algunas características con el turismo sostenible, turismo responsable o el turismo rural, hacen que el concepto pueda dar lugar a confusión.

Para diferenciarlos, sí que aportamos algunas claves que son intrínsecas de la actividad ecoturista:

- Satisfacción y filosofía proteccionista del viaje y el turista.
- Mínimo impacto negativo sobre el destino.
- Máximo respeto (entendimiento a través del conocimiento) de las culturas locales.
- Beneficio económico para el destino y sus “actores”.

COMO EJEMPLO DEL MODELO DE ECOTURISMO EN UN DESTINO INTERNACIONAL MENCIONAMOS EL CASO DE RØROS.

¿Cómo un pueblo minero poco habitado se ha convertido en un destino turístico reconocido?

Para conseguirlo ha apostado por mantener su identidad, apoyado por la singular arquitectura con pintorescas construcciones de madera típicas de la región y sus paisajes naturales.

Esta apuesta por la identidad cultural le ha servido como reconocimiento de Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1980.

Recientemente la organización World Travel & Tourism Councils (WTTC) le concedió el premio en la categoría Destination Stewardship Award, que se otorga al destino que administra sus recursos implicando a la población en su oferta.



Los pilares de su estrategia se fundamentan en:

- **Conocimiento como clave de desarrollo:** aplicando programas para una buena atención al cliente pero no sólo eso, sino que aplican programas de conocimiento de la identidad local, historia y recursos turísticos.
- **Certificación ambiental:** fomenta el concepto del “comportamiento verde” aplicado a nivel de destino y empresarial.
- **Gestión en la sostenibilidad económica:** promueve una estrategia pulla nivel turístico, apostando por la planificación, marketing de producto, diferenciación y comercialización online.
- **Gastronomía como marca e innovación:** fomenta la gastronomía local con programas específicos con el objetivo de crear especialistas en la cocina autóctona, creando así, productos turísticos de alto valor que muestran la singularidad gastronómica bajo la marca “el sabor único de Røros”.

SOSTENIBILIDAD, EJE FUNDAMENTAL DE DESARROLLO

LA SOSTENIBILIDAD APLICADA AL TURISMO HA DEJADO DE SER UNA ALTERNATIVA O UNA OPCIÓN, PARA CONVERTIRSE EN UNA NECESIDAD. CADA VEZ SON MÁS LOS TURISTAS QUE EXIGEN CRITERIOS DE EQUILIBRIO SOCIAL, AMBIENTAL Y ECONÓMICO, A LA HORA DE ELEGIR SU DESTINO VACACIONAL. ¿QUÉ SE ENTIENDE POR SOSTENIBILIDAD?

Como refiere el vigente Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020, del que deben partir el resto de iniciativas y decisiones estratégicas emprendidas por la Administración regional en materia de turismo, **la sostenibilidad debe ser contemplada en su más amplia concepción, incorporando estas tres vertientes anteriores a cualquier planificación desarrollada (económica, social y ambiental)**, ya que solo de esta forma tendremos asegurada la supervivencia del destino en el medio y largo plazo.

En un momento en el que “la economía colaborativa ha venido dispuesta a quedarse” es necesario, además, volver a analizar y determinar la incidencia actual y prevista del turismo en la sostenibilidad económica y social del destino.

En términos medioambientales, tampoco se puede descuidar el esfuerzo continuo de promoción necesario para conseguir un reparto más equilibrado de la actividad turística, tanto en el tiempo como el territorio, que se debe acompañar por el impulso de aquellos segmentos que sean más respetuosos con el medio, como es el caso del Ecoturismo, que responde a necesidades del mercado como el poder de atracción de los destinos.

A este respecto, hemos de reseñar los efectos negativos que el turismo de masas supone para determinados territorios sobrepasando su capacidad de carga incidiendo negativamente en la transformación del destino e impacto en el medio. Cabe destacar, por ejemplo, el caso de la ciudad de Venecia, que supera los 25 millones de visitantes anuales con su consiguiente elevado impacto ambiental, hasta el punto de que incluso a la UNESCO se ha planteado intervenir en la limitación de la carga turística de la ciudad.

Desde el punto de vista de la economía, el modelo de ecoturismo incide en el reparto más equitativo de la riqueza, teniendo un mayor protagonismo la economía local que revierte en el mismo destino. Con ello, se consigue un desarrollo económico de zonas rurales.

La última de las claves del concepto de sostenibilidad se trata del **respeto por la sostenibilidad cultural del destino**. Se trata de crear productos turísticos a través de estrategias de promoción y comunicación basadas en la identidad cultural y la autenticidad del destino. En el caso de Andalucía, se debe trabajar la autenticidad con el objetivo de posicionarnos en el mercado turístico, con la diferencia y atributos únicos de la riqueza de nuestra cultura, poniendo en valor nuestra cultura y tradiciones como herramienta de reclamo.

LA SOSTENIBILIDAD EN ECOTURISMO PARTE DEL EQUILIBRIO ENTRE:



VERTIENTE
MEDIO AMBIENTAL



VERTIENTE
ECONÓMICA



VERTIENTE
SOCIAL

CLAVES DEL MODELO ECOTURISTA

3.

CLAVES DEL MODELO ECOTURISTA

EN ESTE PASO NOS SURGE LA SIGUIENTE PREGUNTA
**¿QUÉ PASOS SE DEBEN DAR PARA IMPLANTAR UN MODELO
 ECOTURISTA EN UN DESTINO?**

A pesar de la potencialidad de Andalucía y España, sólo el 9% de la oferta turística del turismo de naturaleza, se centra en actividades de ecoturismo.

Fuente: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Para fomentar el ecoturismo, se debe trabajar con la unión de todos los actores implicados en el destino, empresas, asociaciones, población local, administraciones con el objetivo de crear un marco de conocimiento, con una **planificación turística** de la que participen todos los actores mencionados.

Para lograrlo, diferenciamos en dos partes. **El destino y las empresas**, deben seguir una **metodología de gestión activa de los espacios naturales**. Estas son algunas claves que se deben tener en cuenta para obtener un modelo ecoturista los espacios naturales de Andalucía según (Juan Ignacio Pulido, Cuadernos de turismo n° 19).



(Fuente: elaboración propia)

VENTAJAS DE LA ECONOMÍA VERDE

4.

VENTAJAS DE LA ECONOMÍA VERDE

EL MARCO LEGAL DE LA LLAMADA ECONOMÍA VERDE EN ANDALUCÍA SE FUNDAMENTA EN EL PLAN ESTRATÉGICO ANDALUZ DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y EN EUROPA EN LA CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE, PERO ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA VERDE?.

Representa uno de los sectores estratégicos de futuro generando empleo y riqueza de forma sostenible entre los colectivos vulnerables.

En este sentido aparece el término de valor compartido, que engloba en una estrategia de gestión la sostenibilidad, equilibrio entre los agentes del entorno y la rentabilidad económica.

Las “empresas verdes” ayudan en su modelo de negocio de esta manera:

- Reducción consumo de energía, agua.
- Reducir gases de efecto invernadero.
- Disminuir o evitar los desechos y contaminación.
- Proteger y conservar la biodiversidad.

Además construyen sus servicios entorno a factores que benefician a la sociedad, como el desarrollo tecnológico, reducción de costes, desarrollo sostenible, biotecnología, valor del medioambiente.

En el marco de Fitur 2016, Minube con la colaboración de 20 especialistas, entre los que se encuentra Andalucía lab, han presentado el Libro Blanco sobre turismo sostenible y responsable, con el objetivo de crear debate sobre la investigación en RSE en turismo y si se está creando el marco para que el turismo logre esa sostenibilidad.

El Ecoturismo es uno de los factores clave de futuro en la economía verde.



(Portada Libro Blanco sobre turismo sostenible y responsable)

PATRONES DE CONSUMO DEL ECOTURISTA

5.

PATRONES DE CONSUMO DEL ECOTURISTA

EL SEGMENTO TURÍSTICO DEL ECOTURISMO NO SÓLO RESPONDE AL PERFIL DEL CONSUMIDOR CON UNAS CARACTERÍSTICAS U OTRAS, SINO QUE ES UNA PERSONA CON UN ESTILO DE VIDA QUE CON SUS CARACTERÍSTICAS, ENCAJA EN EL PERFIL DE ECOTURISTA. EN EL FORO DE INVESTIGACIÓN REALIZADO EN ANDALUCÍA LAB, LAS EMPRESAS TURÍSTICAS APORTARON DESDE SU EXPERIENCIA, LAS CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL DEL ECOTURISTA.

- Interesado en tener contacto directo con la naturaleza.
- Interesado en conocer diferentes formas de entender y vivir la vida (busca un intercambio cultural)
- Dispuesto a aprender, siempre activo y dinámico.
- Con estudios superiores y con algún conocimiento previo sobre el destino, el recurso a visitar y las posibles actividades a realizar.
- Interesado en el deporte y bienestar.
- Prefiere el contacto directo con las personas y busca establecer lazos de amistad
- Prefiere un servicio personalizado y con sello de calidad.
- Está dispuesto a colaborar con iniciativas sostenibles de gestión de desechos, reducción del consumo de agua y energía y cualquier otro esfuerzo para disminuir el impacto negativo.

No obstante, el **perfil del ecoturista** ha sufrido una evolución en el tiempo y los destinos y empresas que trabajen con estas iniciativas, deben conocer el perfil y su evolución para enfocar de manera adecuada sus experiencias.

1. Perfil científico.
2. Medios de comunicación especializados (revistas científicas, documentalistas...).
3. Estudiantes y personas con interés general.
4. Personas con interés y conocimiento en los recursos y los productos de la zona.

Vemos cómo este tipo de turista ha ido evolucionando desde una perspectiva científica hacia un perfil genérico.



CONTACTO DIRECTO
CON LA NATURALEZA
Y CULTURA LOCAL



DISPUESTO A
APRENDER
Y PARTICIPAR



POSEE UN CONOCIMIENTO
PREVIO DEL DESTINO Y
RECURSO A VISITAR



TIENE EN CUENTA EL FACTOR
HUMANO Y PREFIERE UN
TRATO PERSONALIZADO



COLABORA CON INICIATIVAS
DE SOSTENIBILIDAD
MEDIOAMBIENTAL

PARA COMPRENDER EL SEGMENTO DE MERCADO Y SU IMPORTANCIA, IDENTIFICAMOS EL PERFIL DE ECOTURISTA EN ESPAÑA CON ESTAS CUATRO PREGUNTAS;

Fuente: plan de marketing del producto ecoturismo en España, Gobierno de España.

¿QUIÉNES SON?

- Un turista de mediana edad entre 40 hasta 70 años principalmente, aunque no hay edad límite, ésta la marca el estado de salud.
- Nivel adquisitivo y de educación medio-alto.
- Con tiempo libre.
- Respetuoso con el medio y la cultura local.

¿QUÉ BUSCAN?

- Información de la cultura y naturaleza local.
- Guías especializados.
- Senderos y observatorios.
- Diferentes actividades en la naturaleza.
- Alojamiento gama media 3-4 estrellas. (Hotel sostenible)

¿DE DÓNDE PROCEDEN?

Demanda nacional y sobre todo internacional. Principalmente de países del norte y centro de Europa, EEUU, Canadá, Australia, y como países emergentes identificamos a China y Japón. Sólo en el turismo ornitológico hay 3 millones de turistas en Reino Unido y 18 millones de viajeros recurrentes en EEUU.

¿CÓMO SE COMPORTA?

- Actividad desestacionalizadora.
- No es un turismo de masas.
- Busca la exclusividad del destino.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del foro de Ecoturismo Andalucía lab 2015.

TIPS PARA IMPULSAR LA COMPETITIVIDAD DE UN DESTINO ECOTURISTA

6.

TIPS PARA IMPULSAR LA COMPETITIVIDAD DE UN DESTINO ECOTURISTA

EN DIVERSOS PROYECTOS EN TODO EL MUNDO, EL ECOTURISMO REPRESENTA UNA HERRAMIENTA DE DINAMIZACIÓN, DE VALORIZACIÓN Y DE PROTECCIÓN. POR TANTO, NOS REFERIMOS A LAS VENTAJAS QUE POSEEN LOS DESTINOS QUE APUESTAN POR ESE MODELO TURÍSTICO.

En España, existen modelos y ejemplos como vemos en el [Plan de Marketing producto Ecoturismo en España](#).

Fuente: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

¿En qué repercute cada uno de estos tres conceptos en un destino?

Dinamización:

- La autoestima local.
- La puesta en valor de los recursos protegidos.
- La capacidad administrativa del ente local y/o propietario del espacio.



SOBRE LA VALORIZACIÓN, ES INNEGABLE QUE, EL ECOTURISMO PUEDE CREAR DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y PONER EN VALOR RECURSOS QUE, DE OTRA FORMA NO SE APROVECHARÍAN PERO, ¿A QUÉ ÁREAS APORTA VALOR EL ECOTURISMO?

- Los ingresos en el destino, por el gasto del turista.
- El espacio protegido o visitado en sí, por las cuotas para acceder.
- La participación local, mediante la participación activa en el turismo o en otros servicios generales básicos.

Pero es que además, el ecoturismo, tiene varias funciones dentro de un plan de acción, como son:

- Una función educadora
- Una función económica
- Una función integradora
- Una función de oportunidad
- Una función limitadora
- Una función competitiva
- Una función solidaria
- Una función social justa

Y FINALMENTE, EL ECOTURISMO COMO HERRAMIENTA DE PROTECCIÓN, ALGO QUE LA MAYORÍA DE AMBIENTALISTAS SIEMPRE HAN PUESTO EN DUDA, CONSIDERANDO LA ACTIVIDAD TURÍSTICA CONTRAPRODUCENTE PARA LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO DONDE SE DESARROLLA, OBSERVAMOS CÓMO PROTEGE EL DESTINO:

- Conserva los ecosistemas para que el turista siga atraído y el espacio sea rentable.
- Es una vía de obtención de ingresos para garantizar la conservación, la divulgación y la investigación.
- Es una forma básica de obtener ingresos para muchas zonas desconocidas, los denominados territorios excluidos.
- Un espacio protegido bien gestionado, anima a la inversión privada.
- Sirve para educar a los visitantes a proteger.
- Es una alternativa a las actividades extractivas y furtivas.
- Es una experiencia positiva para el ecoturista.
- Provoca un ejemplo que se imita con el tiempo en comarcas y regiones vecinas.

Por estas razones, la importancia que representa el ecoturismo para Andalucía no debe ser pasado por alto por los entes turísticos que tienen la oportunidad de planificar y situar en el mercado nuestro destino como uno de los mejores lugares del mundo para actividades de Ecoturismo.

Los recursos que existen en Andalucía son atractivos turísticos únicos, que con las ventajas del modelo, nos van a permitir conservar la identidad cultural, tradiciones, conservar de forma sostenible el medioambiente y reestructurar de una mejor forma la riqueza, siendo las zonas rurales las principales beneficiadas, por la propia naturaleza de las actividades.

FACTORES DE ELECCIÓN EN DESTINOS DE ECOTURISMO

Para que un destino turístico sea considerado como ecoturista, debemos poner énfasis en la **metodología** y **planificación turística** basada en el conocimiento para identificar los factores clave, gestión de recursos de forma eficiente a través de estrategias como:

1. Estrategia de gestión de visitantes.
2. Estrategia de comunicación y promoción.
3. Estrategia de gestión de producto.
4. Estrategia de sensibilización, educación e interpretación
5. Estrategia tecnológica.
6. Estrategia normativa-legal

Para articular estas estrategias, las instituciones como destino y las empresas, deben trabajar las siguientes acciones:

- Formación e información básica: Situación inicial, recursos claves, datos socioeconómicos del territorio, información biofísica.
- Inventario de recursos.
- Evaluación de las ventajas y limitaciones: Tenemos en cuenta los aspectos legales, económicos, ambientales, entre otros.
- Especificación de objetivos: Consideración de los valores del territorio y objetivos del conjunto de los recursos.
- Creación del cuadro de mando integral: Contrastando con los estudios de capacidad de carga, límites de cambio, permite gestionar los recursos de forma eficiente, conservarlos y tomar medidas para su restauración.



CONOCIMIENTO COMO
BASE PARA LA FORMACIÓN
E INFORMACIÓN



CREACIÓN DE INVENTARIO
DE RECURSOS



EVALUACIÓN DE VENTAJAS
Y LIMITACIONES



ESPECIFICACIÓN DE
OBJETIVOS A CONSEGUIR



CREACIÓN DE UN CUADRO
DE MANDO INTEGRAL

**LAS EMPRESAS QUE SE BASAN EN EL MODELO ECOTURISTA;
DEBERÁN TENER SU ESTRATEGIA ALINEADA CON SU ENTORNO Y
CONFIGURAR SUS SERVICIOS PARA CONSEGUIR LOS OBJETIVOS
DEL DESTINO.**

Algunas de las claves del ecoturismo como modelo empresarial son:

- Una gestión sostenible de las actividades.
- El respeto y la conservación de la naturaleza.
- Fomentar la identidad del destino.
- Las actividades se configuran para pequeños grupos de personas, convirtiéndose en exclusivas.
- Los ecoturistas son personas concienciadas que buscan conocer la cultura, tradición, y naturaleza del destino.
- La investigación proactiva por parte de las empresas, es una característica que permite elaborar estudios científicos relacionados con la naturaleza. Migración y población de aves, cetáceos... Los resultados de la actividad y los estudios, extraemos conclusiones con el objetivo de comprender y ayudar a la conservación de las especies.
- Recupera tradiciones locales, cultura y gastronomía, actividades que se han perdido y que representan un valor diferenciador de otros destinos.
- Es un modelo alternativo para industrias que trabajan en la naturaleza, permitiendo diversificar su actividad y mejorar tanto la economía local como el impacto en el medio. Por ejemplo, **pesca extractiva vs pesca artesanal + actividad de ecoturismo.**

TENDENCIAS EN ECOTURISMO

7.

TENDENCIAS EN ECOTURISMO

EL CONSUMO TURÍSTICO HA SUFRIDO UN CAMBIO DISRUPTIVO TAN PROFUNDO QUE TODAS LAS DECISIONES SON CONSENSUADAS “DISPOSITIVO EN MANO”.

El uso de las nuevas tecnologías en ecoturismo marca las diferencias. La actividad turística, se ha mostrado como la más permeable a los cambios tecnológicos, unida a la necesidad de información de las zonas rurales donde se centran los productos turísticos relacionados con ecoturismo, hacen imprescindible la incorporación rápida y eficaz de las empresas turísticas a los nuevos canales de promoción y comercialización que repercutan en una mejora de la experiencia del usuario y de la productividad de las empresas ofertantes.

LA BÚSQUEDA DE LA EXCELENCIA TURÍSTICA ENTENDIDA COMO EL VALOR HACIA EL VIAJERO, NACE DE UNA CONCIENZUDA INVESTIGACIÓN, ANÁLISIS DEL MERCADO Y DETECCIÓN NECESIDADES NO SATISFECHAS. EN MULTITUD DE OCASIONES LA INNOVACIÓN SURGE DE DAR RESPUESTA A LA OBSERVACIÓN DE LOS HÁBITOS Y CONDUCTAS DE LOS CLIENTES.

TENDENCIA 1. Innovación; excelencia turística.

La búsqueda de la excelencia turística entendida como el valor hacia el viajero, nace de una concienzuda investigación, análisis del mercado y detección necesidades no satisfechas. En multitud de ocasiones la innovación surge de dar respuesta a la observación de los hábitos y conductas de los clientes.

Para gestionar y comercializar la apuesta por el valor y calidad, se hace necesaria la creación y uso de herramientas específicas y del marco estratégico que facilite el paso del sector a entornos más innovadores y tecnológicos.

Algunas herramientas tecnológicas que se pueden trabajar en la actualidad son:

- **Presencia web - Marketing de Contenidos:** Una pyme puede estar presente a nivel mundial para su potencial cliente, a través de la presencia web. Para ello, además de una página web, la estrategia de Marketing de Contenidos es una de las estrategias de marketing más efectivas, donde muestra el potencial del destino, a través de contenidos que aportan confianza al viajero ecoturista incluyendo una oferta de los productos turísticos, con el objetivo de atraer usuarios interesados, convertirlos en clientes y fidelizarlos.

- **Aprovechar los recursos tecnológicos:** Con el objetivo de aportar conocimiento e información al ecoturista, existen herramientas como los vídeos del destino, en plataformas como Youtube, informar sobre rutas en la naturaleza, utilizando la web Wikiloc, que geolocaliza e informa de las rutas en el destino.

wikiloc



Ejemplo Ruta Wikiloc: Sierra Nevada, Granada.

- **Uso de los medios sociales:** La difusión del contenido para mostrar los atractivos del destino y las experiencias a través de medios sociales, permite inspirar y atender a los viajeros en todas las fases del viaje. Por otra parte los viajeros se convierten en prescriptores del destino y de la empresa, compartiendo su experiencia en lo que se denomina el boca-oreja digital.

CON LA GESTIÓN Y PROMOCIÓN DEL ECOTURISMO A TRAVÉS DE LA INNOVACIÓN EL VIAJERO SATISFACE SUS NECESIDADES DE; BÚSQUDA DE INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO DEL DESTINO, PLANIFICACIÓN, PERMITIENDO UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA AUMENTANDO ASÍ, LA RESERVA VÍA WEB Y POR TANTO LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA.

TENDENCIA 2. Ecoturismo vinculación educativa.

En ecoturismo está presente el componente educacional, con el objetivo de transmitir los valores medioambientales, culturales y sociales en pro de del destino y su identidad, fomentando la inmersión cultural del turista que cada vez demanda más este tipo de actividades.

Además, encontramos un nuevo perfil de turista, los niños en edad escolar a los que educar en valores, creando actividades relacionadas con ecoturismo específicas. De esta forma trabajamos la sostenibilidad a medio y largo plazo.

Como ejemplos, Andalucía destaca con actividades como Astroturismo, con uno de los mejores cielos del mundo para la práctica de actividades de observación de estrellas. Turismo ornitológico, observación de fauna como el lince ibérico y flora, gracias a la diversidad medioambiental y paisajística.

Por último, para los destinos de costa, se observa como tendencia el Turismo Marino. En cada una de las actividades Andalucía posee oferta turística e infraestructuras para atraer turismo dirigidos tanto a ecoturistas como a escolares.



Ejemplo empresa andaluza, Astroándalus, astroturismo en distintos puntos de Andalucía Reserva Starlight.

TENDENCIA 3. Turismo Naranja y Ecoturismo.

Un Destino Naranja, es un territorio con identidad cultural, un destino con recursos culturales y creativos que tiene la economía naranja como uno de sus ejes de desarrollo endógeno y genera una capacidad de atracción suficiente para inducir a un viajero a realizar los esfuerzos necesarios para desplazarse hacia él. (Dr. Jordi TRESSERRAS JUAN, Presentación "Le ponemos color al turismo cultural y creativo, Retos y perspectivas para el Ecuador" Ecuador 2013.)

¿Se puede hablar de ecoturismo sin el componente de naturaleza? **El turismo Naranja** es un turismo que genera desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas. Profundiza en el ocio urbano, vertebrando el desarrollo de la oferta turística y la economía local en las ciudades.

En definitiva, se cumplen todas las características del concepto de ecoturismo, a excepción de la naturaleza cuando hablamos de destinos urbanos. Por otra parte, se puede trabajar el turismo Naranja, en zonas de naturaleza. Así encontramos ejemplos en Andalucía que desarrollan esta tendencia, creando experiencias dirigidas a nuevos segmentos de mercado.



Ejemplo empresa andaluza Cortijo Cañada del Sacristán, turismo naranja pintura rápida y experiencia oleoturismo. Málaga

TENDENCIA 4. Los eventos son el futuro, también en ecoturismo.

La promoción de destinos a través de eventos se articula a través de otras tendencias que ya hemos mencionado, como el turismo naranja.

El potencial de los eventos para el ecoturismo tanto para empresas o destino, es una de las áreas que más oportunidades genera.

Aprovechar el potencial del ecoturismo para planificar los eventos dirigidos a promover la cultura local, diversificar la economía y conservar el medio, son los objetivos en este caso. Andalucía dispone de ejemplos que ya son una realidad como la Andalucía Bike Race o Córdoba Califato Gourmet. Ejemplos de actividad deportiva en la naturaleza respetuosa con el medio y fomento de los productos y gastronomía local.

Como ejemplo a nivel pyme, destacamos los eventos de Turismo Mariner, dirigidos a revalorizar la cultura pesquera, las tradiciones y gastronomía local, a través de actividades como una cata de productos del destino, a bordo de un velero.



Ejemplo empresa andaluza, Turismo Mariner. Evento en ecoturismo, cata de gastronomía local en velero en actividad para fomentar la cultura y gastronomía marinera.

TENDENCIA 5. Instalaciones aspiracionales.

Las instalaciones aspiracionales son lugares que se han configurado para emocionar al cliente, buscando el “efecto wow” Podemos encontrar tendencias en cultura eco, cuidar los detalles y la ambientación como los jardines verticales, confort y potenciar factores diferenciales como vistas en las terrazas.

En Ecoturismo podemos observar la irrupción de instalaciones en la naturaleza como son los campings pero sin renunciar al confort y a la conservación de la naturaleza. En este sentido aparece el concepto de Glamping, de la unión de Glamour + Camping. Desarrollar el concepto de confort en las instalaciones en plena naturaleza, manteniendo los indicadores de protección, conservación y mínimo impacto ambiental, establece una innovación en producto que incide en la calidad percibida por el viajero.

Como ejemplo en Andalucía podemos mencionar a club house ubicado en Genalguacil, Málaga.

Esta empresa ha desarrollado el concepto de las poblaciones nómadas de Mongolia, donde el alojamiento se presenta en forma de Yurta, que se puede instalar y transportar sin transformar el medio.



IMPORTANCIA DEL ECOTURISMO EN ANDALUCÍA



8.

IMPORTANCIA DEL ECOTURISMO EN ANDALUCÍA

MIENTRAS QUE EL TURISMO CONVENCIONAL CRECE A UN 7,5% EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS, EL ECOTURISMO SE HA INCREMENTADO UN 20% Y REPRESENTA UN 5% DEL TURISMO MUNDIAL. (Fuente: OMT, 2010)

España es el país europeo con mayor biodiversidad, y Andalucía cuenta con buena parte del territorio, prueba de ello, es que España aporta la mayor superficie de terreno a la [Red Natura 2000](#), y desde el gobierno de España se ha elaborado el [Plan de Desarrollo Rural Nacional 2014-2020](#), que marca los objetivos a conseguir.

Los retos de futuro en este sentido están, en la **distribución local de la riqueza, la conservación de los destinos naturales y el fomento de la cultura local**. Para ello, se han elaborado varios documentos como: la [Declaración Ambiental Estratégica](#), el [Plan de Indicadores](#).

En Andalucía, disponemos de territorios naturales con una riqueza y biodiversidad susceptibles de implantar el **modelo ecoturista**, crear un marco de conocimiento para conservar el medio y actividad empresarial que distribuya la riqueza en las zonas rurales de forma sostenible.

LOS RETOS DE FUTURO EN ECOTURISMO SON LA DISTRIBUCIÓN LOCAL DE LA RIQUEZA, LA CONSERVACIÓN DE LOS DESTINOS NATURALES Y EL FOMENTO DE LA CULTURA LOCAL.

EJEMPLOS DE ACTIVIDADES DE ECOTURISMO EN ANDALUCÍA

A decorative blue line graphic that starts at the top left, curves down and right, then loops back down and left, and finally curves down and right towards the bottom center of the page.

9.

EJEMPLOS DE ACTIVIDADES DE ECOTURISMO EN ANDALUCÍA

Andalucía actualmente cuenta con algunas iniciativas de éxito nacional e internacional dentro del ecoturismo. Convertir nuestros recursos en productos turísticos de la mano de empresas andaluzas con gran proyección internacional, sitúa Andalucía en el mapa del ecoturismo mundial. Andalucía lab, trabaja en innovación turística para pymes y destinos, contribuyendo a la mejora de la competitividad del sector. Algunas de las empresas que exponemos son usuarios activos en los servicios que Andalucía lab pone a disposición del tejido empresarial andaluz.

¿Cuáles son estas actividades?

Hablamos de Astroturismo, Turismo Ornitológico, Turismo Marinerero y Turismo Naranja aplicado al Ecoturismo. Podemos diferenciar entre destinos y empresas:

Como **destino ecoturista**, tomamos como ejemplo de la comarca **Los Vélez y el Parque Natural Sierra María -Los Vélez**.



Un entorno rural en la provincia andaluza de Almería, que posee una biodiversidad en la única, con mar, un clima desértico y la riqueza del Parque Natural Sierra María los Vélez. En este entorno, que ha sido paso histórico de las provincias de Granada y Murcia, contiene un legado natural y cultural, en el que se ha fomentado su conservación y promoción unido al servicio de aceleración de destinos de Andalucía lab en el caso de Vélez Blanco, se desarrollan los siguientes puntos:

- Diagnóstico de situación
- Detección de oportunidades
- Plan estratégico

Este trabajo unido a los recursos ya creados, ponen en marcha el plan turístico, éstos son:

- **Inventario de recursos:** Legado histórico, cultural y natural del territorio. Bosques de gran valor ecológico, poblaciones históricas como Vélez Blanco, Vélez Rubio, Inventario de cuevas en el Parque Natural, arte rupestre, fauna y flora...
- **Creación de rutas para conocer el destino:** Varias rutas con información necesaria para conocer sus características, puntos de interés y educar para conservar el medio.
- **Guía de senderos y miradores.**
- **Guía oficial del parque natural Sierra María-Los Vélez:** Contiene información histórica, mapas, puntos de interés a lo largo del territorio que comprende el parque.



A nivel de destino, se crean sinergias entre empresas y administración, organizando eventos con la temática del Turismo Naranja, fomentando el turismo creativo en espacios históricos como el Castillo de Vélez Blanco. Un ejemplo de ello, es la exposición de la artista newyorkina Melissa Marks, que muestra un mural de 100 metros cuadrados representando el patio interior original del castillo que se encuentra en New York desde 1964, permitiendo poner en valor el patrimonio artístico de la localidad. Una iniciativa que parte de la empresa [Joya= Arte + Ecología](#).

ASTROTURISMO

ASTROANDALUS.COM

Una de las tendencias turísticas en todo el mundo, donde tienen que concurrir unas condiciones específicas de calidad adecuadas para la actividad. Andalucía, posee una de las mayores superficies idóneas para esta actividad. Gracias a la certificación Starlight, creada por el **Instituto de Astrofísica de Canarias** (IAC) en el año 2006 conjuntamente con la **UNESCO** y el Programa MaB (del que depende la declaración y gestión de las Reservas de la Biosfera), con la colaboración de la **Unión Astronómica Internacional** y la **Organización Mundial del Turismo**.

Esta iniciativa promueve la conservación a nivel mundial de los cielos limpios y oscuros, la biodiversidad y la puesta en valor de la astronomía como recurso turístico y motor de desarrollo socio-económico.

El segmento de mercado al que se dirige tiene un importante porcentaje internacional, de países emisores de Europa, interesados en la Astronomía, que por las condiciones del cielo de sus países, no pueden disfrutar de estas actividades. Andalucía, por tanto, es un destino ideal para estos países emisores como son, Alemania, Países Bajos, Reino Unido, y también de destinos lejanos como Japón o China muestran interés por estas actividades.

En Andalucía, Sierra Morena ha sido certificada como **destino turístico Starlight**. Por la empresa **Equinox Ciencia y Turismo**. La importancia de esta certificación radica en los pocos lugares del mundo que la poseen, situándose como uno de los destinos únicos en el mundo para esta actividad.

Por otra parte, la situación geográfica de la certificación es otra de las ventajas, ya que su extensión hace posible que varias provincias se beneficien de esta actividad y puedan posicionarse en el mercado.

Como paso siguiente al proyecto, esta empresa ha fundado la primera agencia de viajes especializada en Turismo Astronómico de Andalucía, presentada en Fitur 2016. Bajo la marca **v**, y ofrece experiencias **en turismo astronómico** en Andalucía y en los mejores destinos del mundo.



[CLICA PARA EL VIDEO](#)

9. EJEMPLOS DE ACTIVIDADES DE ECOTURISMO EN ANDALUCÍA

[ASTROLAB.ES](#)

Otra de las iniciativas en Astroturismo que existen en Andalucía es Astrolab.

Se trata de un proyecto el cual a través de diferentes experiencias y eventos, acerca el mundo de la astronomía al turista, y por otro lado a los centros educativos con el componente educativo. Difunde la biodiversidad por medio del cielo nocturno. Su ámbito de actuación es la Costa del Sol y las zonas naturales y rurales, las sierras en el destino.

Uno de los productos que desarrolla es “Bosque de Estrellas” Aprovechando el entorno natural de la Sierra de las Nieves, cuando cae la noche irrumpe el bosque de estrellas, el cual se puede admirar con telescopios de gama alta.



TURISMO ORNITOLÓGICO

TAMBIÉN CONOCIDO COMO BIRDWATCHING, EN ANDALUCÍA TENEMOS DOS CLAROS EJEMPLOS DE EMPRESAS QUE TRABAJAN EN ESTE SENTIDO.

BIRDINGTHESTRAIT.COM

IBERUSMEDIOAMBIENTE.COM

BIRDING THE STRAIT EN CÁDIZ:

Aprovechando el entorno privilegiado del estrecho de Gibraltar, ofrece actividades de avistamiento de aves que habitan o pasan por esta región.

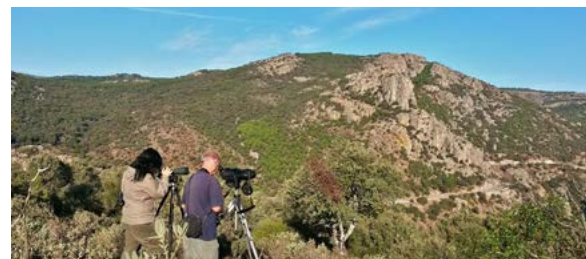
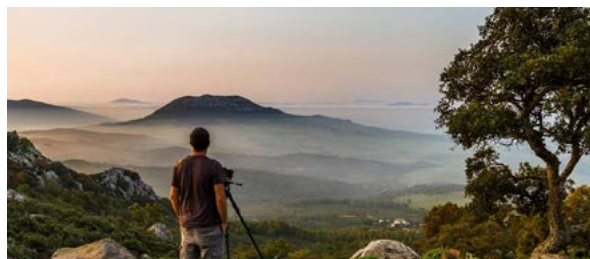
Sus potencialidades son: Expertos en el entorno, poner énfasis en la fotografía, diferenciación en la personalización del viaje y tours diferentes, poner en valor el entorno, tours para grupos pequeños, venta en agencias especializadas y profesionalización del trabajo.

IBERUS MEDIO AMBIENTE:

Localizada en la provincia de Jaén, Sierra Morena y el Parque Natural de Despeñaperros son sus ámbitos de actuación, también trabajan tours por Andalucía. La fauna de este territorio además de las aves como varias especies de águilas rapaces, buitres...es el lince ibérico.

Con estos recursos, desarrollan diferentes actividades para grupos reducidos como avistamiento de aves, lince...

Coinciden en muchas características con Birding the Strait, son expertos en el entorno, personalizan las experiencias, elaboran diferentes actividades.





BIRDATRIP:

Ubicados en Málaga, prestan sus servicios en el entorno natural de la Costa del Sol con poblaciones como Málaga, Benalmádena, Fuengirola, Antequera, Marbella, Estepona entre otras y también tours por Andalucía. La biodiversidad de Andalucía ofrece la posibilidad de crear productos turísticos por épocas por ejemplo migración de aves, o todo el año, para observar las especies representativas del destino específicas que podemos encontrar en cada lugar o paraje.

BIRDAYTRIP.ES



ALPASIN.COM

ALPASÍN:

Ubicados en Sierra Morena, es una empresa especializada en Ecoturismo, con actividades como fotografía de naturaleza o turismo ornitológico. Han creado productos turísticos como hides, cursos/ talleres, además de las experiencias específicas por cada especie de interés en el destino. Este tipo de empresas también tienen un perfil protector con el medio ambiente, con un alto conocimiento. Por ello, gracias a su actividad, realizan estudios sobre las especies con las que trabajan, migraciones, población, hábitat, recursos....ayudando a comprender y mejorar las condiciones de vida y el entorno natural. Por otro lado, participan en programas de conservación de especies en el destino.

TURISMO MARINERO

Es un proyecto pionero en Andalucía ubicado en Estepona, logra unir el mundo de la pesca y el turismo, ofreciendo lo mejor de éstos creando experiencias con esta temática.

El valor diferenciador que aporta la empresa, está en revalorizar la cultura marinera, a través de experiencias tanto en la mar como en tierra. De esta forma hace un trabajo doble. Hace que las personas puedan conocer cómo es el trabajo de los pescadores, poniendo en valor la cultura, tradición, pesca artesanal y el propio pescado. Y por otro lado, los pescadores se integran con las personas que quieren conocer su trabajo y su forma de vida. La tecnología para la promoción, conocimiento y marketing también es una actividad destacada en la empresa, apareciendo en el ebook, [10 tendencias tecnológicas turísticas en 2016](#), presentado en Fitur.

TURISMOMARINERO.COM



Las ventajas del modelo también tienen dos vertientes:

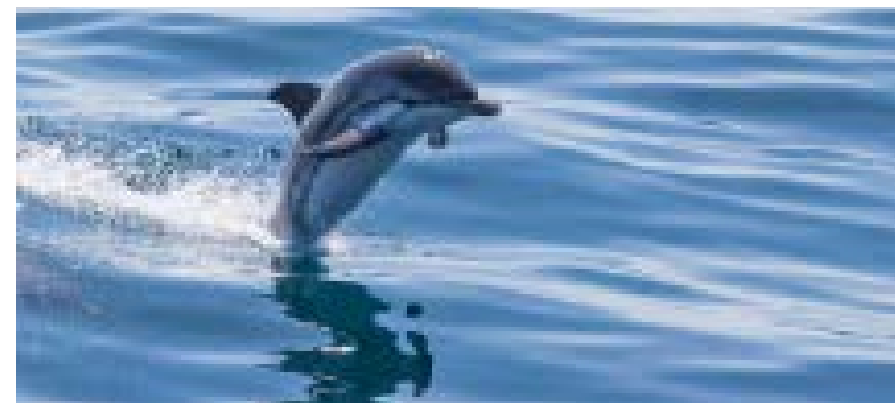
- **PARA EL TURISMO:** Una nueva forma de turismo, que desestacionaliza la oferta, con experiencias todo el año, creación de empleo y riqueza local, diversificación de la oferta.
- **PARA LA ACTIVIDAD PESQUERA:** Fomenta la cultura tradicional marinera, las artes de pesca artesanales, y el trabajo del pescador, consigue un ingreso extra para los pescadores, permitiendo no estresar los caladeros.

La empresa ha creado un plan de RSC para minimizar el impacto y concienciar de la importancia del entorno y la tradición. Tiene medidas como: Protocolo para pescadores y visitantes. Salidas al mar con barco velero que no contamina.

TURMARES:

Empresa ubicada en Tarifa, tiene como actividad principal el avistamiento de cetáceos desde embarcación, tanto en el Estrecho de Gibraltar, como en el Mediterráneo, Atlántico o África.

A raíz de su conocimiento en cetáceos, sus visitas son muy interesantes desde el punto de vista del aprendizaje, pudiendo conocer las especies y su comportamiento en el lugar de avistamiento. En este sentido, la empresa investiga a estas especies y pone en valor el entorno y a las mismas especies con un programa de RSC. Posee numerosas publicaciones científicas, y contribuye a mejorar la calidad de vida de las especies.



TURMARES.COM

TURISMO NARANJA Y EVENTOS VINCULADOS AL ECOTURISMO

EL CANTALAR CAZORLA

Un ecocentro que se ha especializado en desarrollo de productos aprovechando los recursos del destino, naturaleza, cultural local, gastronomía con la creación de eventos específicos, dirigidos tanto a grupos, individuales, asociaciones, y centros escolares. Para los eventos específicos también trabajan demandas específicas como yoga o talleres de cocina.

Por otra parte, también ha aprovechado las nuevas tecnologías para comercializar productos ecológicos como AOVES, cosmética y productos gastronómicos de la zona.



Como vemos en estos ejemplos de empresas andaluzas que podemos catalogar como ecoturistas, tienen un perfil de empresas verdes, cumpliendo las características necesarias mencionadas en ese punto.

Destacamos que son pymes, luego siendo proyectos pequeños se pueden hacer grandes cosas. Este tipo de actividades diversifican la actividad turística atrayendo segmentos muy atractivos a la par que mejoran y conservan el medioambiente, a través de sus actividades y estudios que elaboran. Por último, la riqueza que crean repercute directamente en la zona de influencia.

Comprobamos cómo el ecoturismo es un modelo de negocio sostenible y rentable no sólo económicamente, de futuro y que Andalucía es un destino ideal para desarrollar actividades entorno a los recursos que posee.

Tanto en la teoría como en la práctica se cumplen las características ideales para que estas actividades sean un éxito y mejoran los datos del turismo, del medioambiente y económicos, redundando en lo local.

BIBLIOGRAFÍA

DEFINICIÓN ECOTURISMO OMT

PLAN DE INDICADORES RED RURAL NACIONAL:

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

PROGRAMA NACIONAL DE DESARROLLO RURAL:

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

RED NATURA 2000:

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL NACIONAL 2014-2020 :

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

CARTA EUROPA DE DESARROLLO SOSTENIBLE:

Europarc, España.

PLAN ESTRATÉGICO ANDALUZ DE DESARROLLO SOSTENIBLE:

Junta de Andalucía.

ELEMENTOS PARA ORIENTAR LA FORMULACIÓN DE UNA POLÍTICA TURÍSTICA SOSTENIBLE EN LOS PARQUES NATURALES ANDALUCES:

Juan Ignacio Pulido, Cuadernos de Turismo nº 19.

EL TURISMO SOSTENIBLE EN ESPAÑA:

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

LIBRO BLANCO DEL SOBRE TURISMO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE:

Minube School.

PLAN DE MARKETING PRODUCTO ECOTURISMO EN ESPAÑA:

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

CONTENIDO

Andalucía Lab
Red Competitiva

**DISEÑO Y
MAQUETACIÓN**

Brigada Estudio

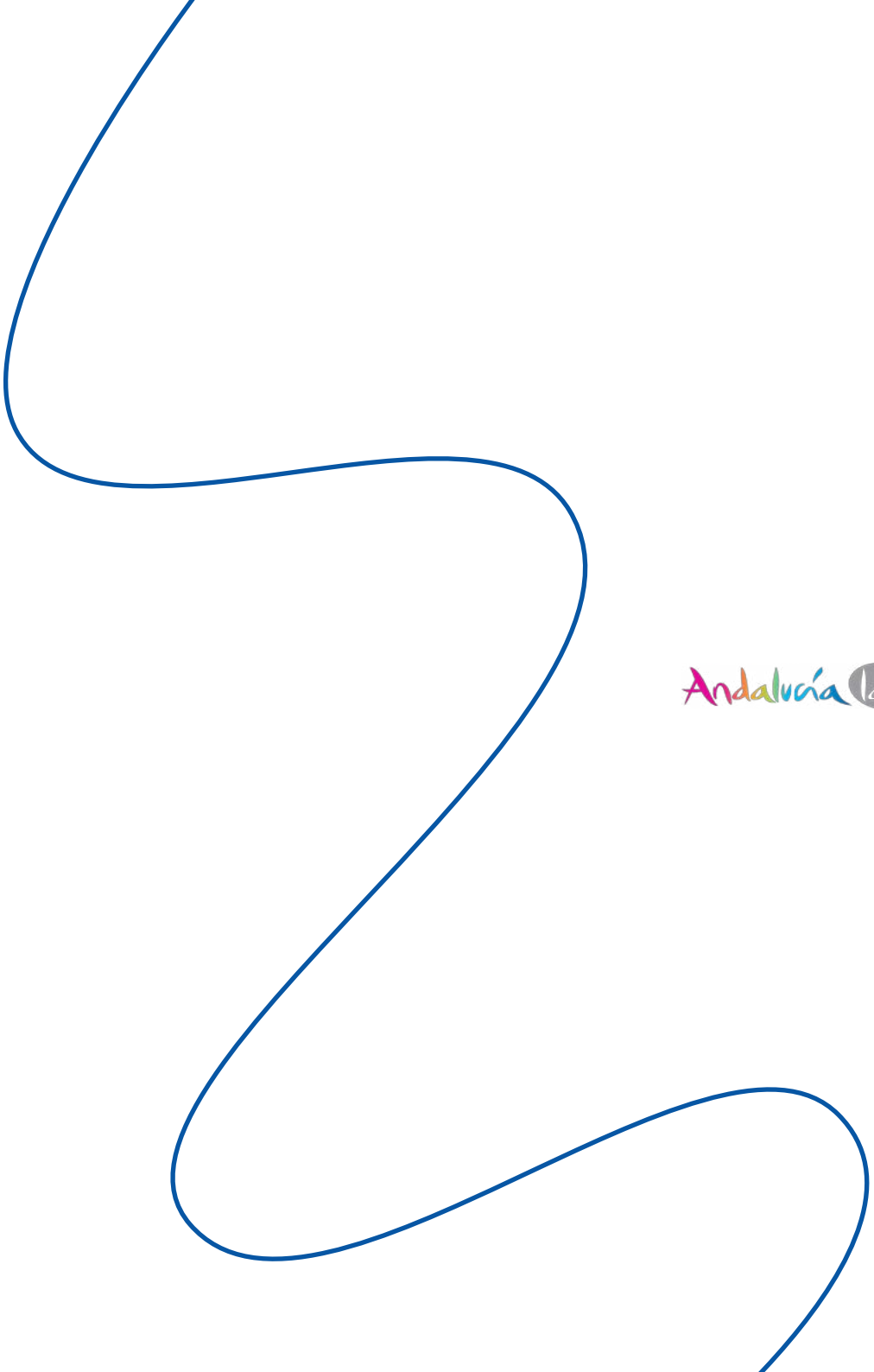


ANDALUCÍA LAB

**CENTRO DE INNOVACIÓN
TURÍSTICA**

**CTRA NACIONAL 340, KM 189,6
MARBELLA, 29604**

INFO@ANDALAB.ORG



Andalucía lab