

PROYECTO DE COOPERACIÓN LOS PARQUES NACIONALES COMO DESTINOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES



INFORME FINAL

Grupo coordinador:

- **AIDER LA GOMERA**

Título Proyecto cooperación (Orden ARM/1287/2009 – Convocatoria 2010):

- **Los Parques Nacionales como destinos turísticos sostenibles**

Nº expediente:

- **20105110501000077**



1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	3
1.1. Título del proyecto y Grupo coordinador	3
1.2. Descripción	4
1.3. Objetivos	6
2. ÁMBITO DE ACTUACIÓN Y BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	8
2.1. Ámbito de actuación	8
2.2. Participantes y beneficiarios	10
3. MEMORIA DE ACTUACIONES Y ACTIVIDADES DESARROLLADAS	12
3.1. Actuaciones programadas y desarrolladas	12
3.2. Análisis participado de las herramientas más idóneas para mejorar el producto ecoturismo y sus repercusiones en los Parques Nacionales con CETS	16
3.2.1. Diseño metodológico y conceptual del análisis participado de las herramientas más idóneas para mejorar el producto ecoturismo y sus repercusiones en los Parques Nacionales con CETS.	
3.2.2. Trabajo de campo del análisis participado de las herramientas más idóneas para mejorar el producto ecoturismo y sus repercusiones en los Parques Nacionales con CETS.	
3.3. Actuaciones para la creación de un Club de Ecoturismo en territorios acreditados con la Carta Europea de Turismo Sostenible: una red innovadora y cooperativa de destinos turísticos sostenibles	22
3.3.1. Viabilidad de estructura jurídica de gestión del club ecoturismo en Parques Nacionales con CETS.	
3.3.2. Creación de experiencia de ecoturismo en el P.N. Sierra Nevada.	
3.3.3. Creación de experiencia de ecoturismo en el P.N. Garajonay y La Gomera.	
3.3.4. Creación de experiencia de ecoturismo en el P.N. Doñana.	
3.4. Desarrollo de actuaciones derivadas de la Estrategia y Plan de Acción de la CETS en cada territorio	40
3.4.1. Diagnóstico sectorial de la accesibilidad universal en equipamientos turísticos privados y programa piloto de asesoramiento para la adaptación al diseño universal de empresas turísticas en la isla de La Gomera.	
3.4.2. Intercambio de experiencia e información entre la comarca de Doñana y la comarca de La Garrotxa.	
3.4.3. Jornadas "Siempre viva Nevadensis: las mujeres en una Sierra Nevada sostenible"	
3.4.4. Jornadas de análisis: "Productos y paquetes turísticos en el Parque Nacional de Doñana".	

3.4.5. Audiovisual "El espacio natural de Sierra Nevada, destino turístico sostenible".	
3.5. Seminarios para el intercambio de experiencias, para la puesta en común de estrategias, y para el debate conceptual y procedimental en torno a la CETS ...	46
3.5.1. Seminario "Perspectivas de trabajo desde la Red de la Carta Europea de Turismo Sostenible.	
3.6. Ejecución de posibles actuaciones primarias derivadas del Plan Estratégico ...	48
3.6.1. Plan de Marketing del Producto de Ecoturismo en España.	
3.6.2. Acciones conjuntas de marketing de Ecoturismo: Campaña de comunicación en revistas especializadas.	
3.6.3. Acciones conjuntas de marketing de Ecoturismo: Folleto digital sobre Producto Ecoturismo.	
4. MEMORIA ECONÓMICA JUSTIFICATIVA DEL COSTE DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS .	55
5. RELACIÓN DETALLADA DE OTROS INGRESOS O SUBVENCIONES QUE HAYAN FINANCIADO LA ACTIVIDAD SUBVENCIONADA CON INDICACIÓN DEL IMPORTE Y PROCEDENCIA	61
6. OBJETIVOS, RESULTADOS E INCIDENCIA	62
6.1. Objetivos generales y específicos alcanzados	62
6.2. Análisis de los resultados obtenidos en todos los territorios participantes y su impacto	66
6.3. Incidencia del proyecto sobre los sectores de la población tales como mujeres, jóvenes y otros grupos de especial consideración	71
6.4. Incidencia del proyecto sobre la mejora del medio ambiente	72
7. EJECUCIÓN DE INDICADORES ESPECÍFICOS POR ACTIVIDAD EN LAS FASES I Y II DEL PROYECTO	73
8. ACCIONES LLEVADAS A CABO PARA LA PROMOCIÓN DEL PROYECTO Y SU DIVULGACIÓN A LA POBLACIÓN	77

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. TÍTULO DEL PROYECTO Y GRUPO COORDINADOR.

- **Título del proyecto:** *“Dinamización de la Carta Europea de Turismo Sostenible en espacios naturales acreditados: LOS PARQUES NACIONALES COMO DESTINOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES”.*
- **Grupo coordinador:** ASOCIACIÓN INSULAR DE DESARROLLO RURAL DE LA GOMERA (AIDER LA GOMERA).
- **Nº de expediente:** 20105110501000077.
- **Ejecución:** Anualidades 2010, 2011, 2012 y 2013.

1.2. DESCRIPCIÓN

Los espacios naturales protegidos son territorios delimitados por legislación y gestionados por las administraciones ambientales con las funciones principales de garantizar la conservación de los ecosistemas, facilitar su acceso y disfrute por los ciudadanos, y contribuir al desarrollo sostenible. Estos territorios cumplen con nuevas funciones que les ha asignado la sociedad como espacios para el ocio, la salud y el turismo, pero además son lugares para demostrar una cooperación eficaz entre las administraciones y el sector privado.

El turismo contribuye al crecimiento económico de los territorios declarados como espacios protegidos, pero si no se planifica y desarrolla adecuadamente puede causar daños irreversibles en estos lugares, donde el objetivo de conservación prevalece sobre el resto. Para evitar esto y compatibilizar el desarrollo turístico con la conservación de estos espacios, surgió la Carta Europea de Turismo Sostenible en espacios protegidos (CETS).

La CETS es un proceso de trabajo articulado en tres fases que asegura la sostenibilidad del modelo turístico puesto en marcha en los espacios naturales protegidos y en sus áreas de influencia socioeconómica.

En una 1ª fase, son los espacios protegidos los que se adhieren a la CETS, al diseñar y ejecutar un plan de acción de turismo sostenible, convenientemente evaluado, que acredita al gestor con un aval que lo diferencia de otros espacios naturales por el compromiso presupuestario que adquiere para ejecutar este plan de acción. Es una herramienta de trabajo que implica a los gestores de los espacios naturales, a los empresarios turísticos ubicados en el entorno, a las administraciones turísticas que promocionan los territorios y sus productos turísticos, y a los Grupos de Acción Local, como entidades dinamizadoras de estrategias participadas por la población local.

Actualmente (2013), hay 119 espacios protegidos adheridos a la CETS en 13 países de Europa, 38 de ellos son españoles. Por tanto, se trata de un aval ampliamente distribuido por Europa, aunque aún poco conocido por los ciudadanos.

La 2ª fase de la CETS consiste en trabajar con las empresas turísticas, que voluntariamente lo deseen, para adherirlas a la CETS mediante un proceso de formación y asesoría personalizada para ayudarlas a hacer sus negocios más sostenibles según las exigencias que marca la CETS. El sistema CETS ayuda a las empresas turísticas a establecer un vínculo estrecho con los gestores de los espacios naturales y las administraciones turísticas.

Actualmente, hay en España 346 empresas adheridas a la CETS, de las cuales 66 están ubicadas en los espacios protegidos participantes de este proyecto (Doñana, Garajonay y Sierra Nevada).

La 3ª fase de la CETS, que pretende involucrar a las agencias de viajes para comercializar la oferta turística específica de los ENP acreditados, aún no ha sido desarrollada en Europa.

Por todo esto, este proyecto de cooperación parte de la base de que los Espacios Naturales con CETS son una oportunidad para crear o mejorar un producto turístico específico como es el ecoturismo. Para ello, era necesario ejecutar un proyecto que resolviera las debilidades detectadas, y generase una red de trabajo configurada inicialmente por los 3 parques nacionales acreditados con la CETS y el resto de actores implicados.

En suma, se pretendía ayudar a estos destinos turísticos a diseñar un conjunto de paquetes de ecoturismo viables con repercusiones sobre el medio rural, a desarrollar herramientas innovadoras que mejoren los resultados del turismo en estos territorios, disminuyan los impactos ambientales, y aumenten los impactos económicos y sociales positivos, y a desarrollar un sistema de seguimiento y de trabajo cooperativo en red.

1.3. OBJETIVOS.

Este proyecto ha tratado de habilitar los mecanismos necesarios para favorecer la dinamización de la Carta Europea de Turismo Sostenible, a través de un esfuerzo de cooperación que parte los Grupos de Desarrollo Rural cuyo ámbito de actuación incluya algún municipio de los espacios naturales acreditados con la CETS. Los objetivos planteados son los siguientes:

- **Primer nivel: Activar y fortalecer los ejes estructurante básicos para todos los territorios con CETS.**
 - La red de la CETS como una estructura de actores implicados de estos territorios, en conexión con la actuación del Club ecoturismo en ENP con CETS.
 - Contar con una estructura técnica que permita ser el motor de la CETS para el intercambio de experiencias, para la puesta en común de estrategias, y para el debate conceptual y procedimental.
 - Intercambiar las experiencias entre los espacios protegidos y territorios CETS participantes a través de la Red o estructura de gestión.
 - Favorecer el intercambio de experiencias también para el tejido empresarial de cada territorio participante.
 - La participación.
 - Favorecer que el proceso participado para hacer la estrategia de la Carta sea el adecuado, y que nos permita avanzar y consolidar la CETS como herramienta de planificación.
 - Contribuir al desarrollo sostenible de comarcas que aportan terrenos a los parques nacionales, mediante la aplicación de un método de trabajo participado y con enfoque LEADER.
 - Divulgar la CETS como herramienta a favor del desarrollo sostenible y como oportunidad de empleo local.
 - El club de producto ecoturismo en ENP con CETS (como una red de destinos turísticos sostenibles que contribuyen al desarrollo sostenible del medio rural, habilitando las actuaciones necesarias propuestas por los propios territorios acreditados con la CETS, incluyendo la participación del tejido asociativo empresarial).
 - Crear una red de destinos turísticos, diferenciados por aplicar un método que genera una estructura de gestión jurídica para la gestión futura de estos destinos turísticos con un enfoque participativo, y con criterios de rentabilidad socioeconómica, innovación y mejora de la competitividad de las micropymes del medio rural.
 - Mejorar la rentabilidad del turismo rural creando modalidades turísticas atractivas por proporcionar una experiencia turística singular que contribuye al desarrollo sostenible al integrar el sector turístico convencional con el sector primario de productores locales, y diseñando y aplicando actuaciones de

promoción y comercialización específicas comprometidas con el desarrollo sostenible.

- Mejorar la capacitación de los técnicos de los ENP, del sector empresarial y de la población local participante en este proyecto, manteniendo y aumentando el empleo local, especialmente de las mujeres y de los jóvenes.
 - Integrar a los productores del sector primario (agricultores, ganaderos) y a las empresas de primera transformación de estos productos ubicados en los parques nacionales en la cadena de suministro a las empresas turísticas participantes del club de ecoturismo.
- **Segundo nivel: Actuar sobre la Estrategia y el Plan de Acción de cada territorio CETS.**
- Consolidar y reforzar las Estrategias de Turismo Sostenible de cada territorio, sobre en aspectos estructurantes y de especial visibilidad, en conexión con el club de ecoturismo para que el sector privado pueda organizar su oferta en red.

2. ÁMBITO DE ACTUACIÓN Y BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

2.1. ÁMBITO DE ACTUACIÓN

El ámbito territorial del proyecto son los siguientes tres Parques Nacionales y sus áreas de influencia: Parque Nacional de Garajonay e isla de La Gomera, Parque Nacional y Natural de Doñana, y Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada.

El ámbito se amplía a todo el territorio de España en aquellas actividades e iniciativas que lo requieran para la consolidación del trabajo en red y para la creación de un club de producto.

▪ Parque Nacional y Natural de Doñana:

Está posicionado como destino emblemático y reconocido para el turismo ornitológico y es el parque nacional con más imagen. Superó las 400.000 visitas en la década de los noventa, pero desde entonces ha disminuido, registrándose 341.961 visitas en 2010 y 326.013 en 2011.

○ Productos principales:

- Ecoturismo consolidado como oferta específica del ENP (recorridos guiados en el interior y en el entorno).
- Importante oferta de educación ambiental y de viajes de estudios.
- Sol y playa asentado en su entorno inmediato.
- Cierta importancia de las visitas de corta duración de paso o procedentes de destinos cercanos (Sevilla, Huelva).
- 21 empresas adheridas a la CETS.

▪ Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada:

Se conoce más por su oferta de esquí alpino que por su oferta de ecoturismo, en realidad enmascarada por la oferta de turismo activo. En 2007 se alcanzó el máximo de visitas con 728.137, mientras que en 2010 recibió 667.319 visitas y 680.883 en 2011.

○ Productos principales:

- Esquí alpino.
- Turismo activo (modalidades de senderismo, escalada, travesías de esquí, rutas ecuestres).
- Destacan las pruebas deportivas competitivas en la alta montaña.
- Turismo rural consolidado en las Alpujarras y en proceso de consolidación en comarcas como el Marquesado y Guadix.

- Importante peso de la recreación y el ocio en la naturaleza de corta duración por la cercanía de Granada.
- Actualmente cuenta con 26 empresas adheridas a la CETS .

▪ **Parque Nacional de Garajonay e isla de La Gomera:**

Destino de ecoturismo singular ligado al senderismo por toda la isla de La Gomera. El máximo de visitas al Parque Nacional de Garajonay se alcanzó en 2007 con 884.858 visitas. En 2010 recibió 610.254 visitas y 825.638 en 2011.

- Productos principales:
 - Importante peso del senderismo (turismo activo) para recorrer la isla.
 - Ecoturismo para conocer la laurisilva y actividades específicas como la observación de cetáceos, además de la oferta de educación ambiental.
 - Sol y playa en su variante de descanso en un destino menos masificado.
 - Importante peso de las excursiones de un día y de corta duración que proceden de Tenerife para conocer la isla.
 - Actualmente cuenta con 19 empresas adheridas a la CETS.

2.2. PARTICIPANTES Y BENEFICIARIOS.

- **GRUPO COORDINADOR:**
 - Asociación Insular de Desarrollo Rural de La Gomera (Aider La Gomera).

- **GRUPOS DE DESARROLLO RURAL:**
 - **Parque Nacional y Natural de Doñana:**
 - Asociación para el Desarrollo de la Comarca Aljarafe-Doñana (ADAD).
 - Asociación para el Desarrollo Rural del Condado de Huelva (Adercon).

 - **Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada:**
 - Asociación de Desarrollo Rural de la Comarca de Guadix.
 - Asociación para la Promoción Económica y el Desarrollo Rural de la Alpujarra-Sierra Nevada de Granada.
 - Asociación para la Promoción Económica y el Desarrollo Rural de la Alpujarra-Sierra Nevada de Almería.
 - Asociación para la Promoción Económica del Arco Noreste de la Vega de Granada (Alfanevada).
 - Asociación para la Promoción Económica del Valle de Lecrín, Temple y Costa (Aprovalle-Temple-Costa).

 - **Parque Nacional de Garajonay e isla de La Gomera:**
 - Asociación Insular de Desarrollo Rural de La Gomera (Aider La Gomera).

- **ENTIDADES COLABORADORAS:**
 - Parque Nacional de Garajonay.
 - Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada.
 - Parque Nacional y Natural de Doñana.
 - Turespaña.
 - Europarc-España.
 - Turebe

▪ **BENEFICIARIOS:**

La experiencia del ecoturismo no se queda en los equipamientos de uso público de los parques y en los establecimientos turísticos, sino que va más allá y trata de integrar a toda la sociedad rural que vive en los entornos de los espacios protegidos, como colectivos de agricultores, ganaderos, y especialmente a las pymes de primera transformación de las producciones locales y que suministran al sector turístico, incluyendo aquí a los artesanos, y a las asociaciones de mujeres del medio rural y jóvenes que intervienen en la oferta de estos destinos, con los que es preciso realizar una labor de sensibilización para que crean en sus propias posibilidades.

El Club de ecoturismo permitirá a las empresas turísticas disponer de una herramienta que les ayudará a hacer sus establecimientos más sostenibles (ambiental, social y económicamente), ganando el empresario y el medio ambiente y, además, lograrán con ello una distinción que avalará su compromiso y labor ante sus clientes.

El Club de ecoturismo propicia la colaboración, y la puesta en marcha actuaciones cooperativas e innovadoras para fomentar el turismo de naturaleza y el ecoturismo en espacios protegidos, y para mejorar la situación de los empresarios turísticos que vendan este producto, ayudando al mismo tiempo a los gestores de estos destinos turísticos.

Los turistas podrán disfrutar de una experiencia singular y sostenible al elegir a los establecimientos adheridos como opción segura de negocios que apuestan por el desarrollo turístico sostenible del espacio protegido donde se ubican.

De este modo, las autoridades de gestión de los Espacios Naturales han visto como actuaciones incluidas en su Plan de Acción de la CETS se han realizado o ejecutado a través del proyecto; e igualmente los empresarios turísticos de los espacios naturales, han tenido a su alcance la realización de actuaciones de formación, intercambio y promoción, tanto del territorio como de las propias empresas.

La CETS es una herramienta de trabajo que permite realizar una planificación participada del modelo turístico sostenible en un territorio concreto. Para alcanzar que los agentes sociales decidan el modelo y sean parte de él, hay que realizar procesos verdaderamente participados en los cuales la población pasa de ser la beneficiaria de los proyectos, a ser la auténtica protagonista de su propio desarrollo.

La CETS implica un alto nivel de cooperación institucional entre administraciones ambientales y turísticas, los foros de turismo sostenible, las empresas de turismo, las asociaciones de empresarios de turismo, y los grupos de desarrollo rural..

3. MEMORIA DE ACTUACIONES Y ACTIVIDADES DESARROLLADAS

3.1. ACTUACIONES PROGRAMADAS Y DESARROLLADAS

El proyecto se desarrolló en dos fases: Fase I de Asistencia Técnica Preparatoria y Fase II de Ejecución del Proyecto.

En primer lugar, la anualidad 2010 de este proyecto de cooperación se programó para desarrollar la fase I, por lo se preveía la ejecución de una serie de actuaciones que sirvieran de soporte técnico, metodológico y conceptual para la correcta programación y desarrollo de la fase II.

En esta fase I el principal resultado se sustenta en los objetivos y actuaciones recogidos en el documento denominado “Plan Estratégico de Ecoturismo”, elaborado como parte de la actuación “Diseño metodológico y conceptual del Análisis participado de las herramientas más idóneas para mejorar el producto ecoturismo y sus repercusiones en los parques nacionales con CETS”.

Este “Plan Estratégico de Ecoturismo” ha sido la base para el desarrollo del proyecto en las anualidades correspondientes a la fase de ejecución (2011/2012/2013). Por tanto, el Plan Estratégico diseñado ha sido la hoja de ruta a seguir para que pueda consolidarse el ecoturismo en estos espacios naturales con CETS.

El Plan Estratégico finalmente elaborado se traduce en actuaciones a llevar a cabo cada una con un método concreto.

ACTIVIDADES PROGRAMADAS Y DESARROLLADAS		
BLOQUES DE ACTIVIDADES PROGRAMADAS		ACTIVIDADES DESARROLLADAS
CLUB DE PRODUCTO ECOTURISMO EN ESPACIOS CETS:	Análisis participado de las herramientas más idóneas para mejorar el producto ecoturismo y sus repercusiones en los parques nacionales con CETS.	2010: Diseño metodológico y conceptual del Análisis de herramientas para mejorar el producto ecoturismo en Parques Nacionales con CETS. - Plan Estratégico de Ecoturismo.
		Trabajo de campo del Análisis de herramientas para mejorar el producto ecoturismo en Parques Nacionales con CETS. - 2010: Trabajo de campo en cada territorio. - 2011: Homogeneización de la entrega final y conclusiones del trabajo de campo.

ACTIVIDADES PROGRAMADAS Y DESARROLLADAS	
BLOQUES DE ACTIVIDADES PROGRAMADAS	ACTIVIDADES DESARROLLADAS
<p>Actuaciones para la creación de un Club Ecoturismo en territorios acreditados con la Carta Europea de Turismo Sostenible: una red innovadora y cooperativa de destinos sostenibles.</p>	<p>Viabilidad de estructura jurídica de gestión del club ecoturismo en Parques Nacionales con CETS.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2011: Contacto y análisis previos de modelos de clubes de producto existentes en España, y análisis conjunto del resultado de los talleres creativos. - 2011: Jornada de análisis de la estructura más adecuada para el Club de Ecoturismo en espacios naturales con CETS y participación en las V Jornadas de la Red de la CETS de España y Portugal. - 2012: Puntos clave del ente gestor del club ecoturismo en España. - 2012: Participación en el Congreso nacional de empresarios de turismo de Reservas de la Biosfera y Espacios Naturales Protegidos. - 2013: Convenio de colaboración entre Turebe y Aider La Gomera (Proyecto de Cooperación).
	<p>Creación de experiencia de ecoturismo en el P.N. Sierra Nevada.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2011: Taller creativo de la experiencia de ecoturismo en el Parque Nacional de Sierra Nevada. - 2012: Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Sierra Nevada. - 2013: Creación de experiencia de ecoturismo en el Espacio Natural Sierra Nevada

ACTIVIDADES PROGRAMADAS Y DESARROLLADAS		
BLOQUES DE ACTIVIDADES PROGRAMADAS		ACTIVIDADES DESARROLLADAS
		<p>Creación de experiencia de ecoturismo en el P.N. Garajonay y La Gomera.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2011: Taller creativo de la experiencia de ecoturismo en el Parque Nacional de Garajonay. - 2012: Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Garajonay y La Gomera. - 2013: Creación de experiencia de ecoturismo en el Parque Nacional de Garajonay e Isla de La Gomera.
		<p>Creación de experiencia de ecoturismo en el P.N. Doñana.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2011: Taller creativo de la experiencia de ecoturismo en el Parque Nacional de Doñana. - 2012: Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Doñana. - 2013: Creación de experiencia de ecoturismo en el Espacio Natural de Doñana.
ESTRATEGIA Y PLAN DE ACCIÓN CETS	Desarrollo de actuaciones derivadas de la Estrategia y Plan de Acción de la CETS en cada territorio.	2010: Diagnóstico sectorial de la accesibilidad universal en equipamientos turísticos privados y programa piloto de asesoramiento para la adaptación al diseño universal de empresas turísticas en la isla de La Gomera.
		2010: Intercambio de experiencia e información entre la comarca de Doñana y la comarca de La Garrotxa.
		2010: Jornadas "siempre viva nevadensis: las mujeres en una sierra nevada sostenible"
		2010: Jornadas de análisis: "Productos y paquetes turísticos en el Parque Nacional de Doñana".
		2010: Audiovisual "El espacio natural de Sierra Nevada, destino turístico sostenible".

ACTIVIDADES PROGRAMADAS Y DESARROLLADAS		
BLOQUES DE ACTIVIDADES PROGRAMADAS		ACTIVIDADES DESARROLLADAS
LA RED DE LA CETS Y LA PARTICIPACIÓN	Seminarios para el intercambio de experiencias, para la puesta en común de estrategias, y para el debate conceptual y procedimental en torno a la CETS.	2011: Seminario "Perspectivas de trabajo desde la Red de la Carta Europea de Turismo Sostenible.
	Ejecución de posibles actuaciones primarias derivadas del plan estratégico.	2012/13: Plan de Marketing del Producto de Ecoturismo en España.
		2013: Acciones conjuntas de marketing de Ecoturismo: Campaña de comunicación en revistas especializadas.
		2013: Acciones conjuntas de marketing de Ecoturismo: Folleto digital sobre Producto Ecoturismo.
COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO	Comunicación y difusión del proyecto.	2010/13: Procedimiento de comunicación eficiente y diseño de estrategias de comunicación.
COORDINACIÓN Y EVALUACIÓN:	Actuaciones organizativas, asistencia a reuniones, desplazamientos.	2010: Jornada inicial de intercambio de experiencias y definición y coordinación del proyecto de cooperación. 2011/13: Reuniones de coordinación (presenciales y videoconferencia).
	Control financiero y coordinación técnica del proyecto.	2010/13: Control financiero y coordinación técnica del proyecto.
	Coste del Aval.	2013: Constitución de Aval.

3.2. ANÁLISIS PARTICIPADO DE LAS HERRAMIENTAS MÁS IDÓNEAS PARA MEJORAR EL PRODUCTO ECOTURISMO Y SUS REPERCUSIONES EN LOS PARQUES NACIONALES CON CETS.

3.2.1. DISEÑO METODOLÓGICO Y CONCEPTUAL DEL ANÁLISIS PARTICIPADO DE LAS HERRAMIENTAS MÁS IDÓNEAS PARA MEJORAR EL PRODUCTO ECOTURISMO Y SUS REPERCUSIONES EN LOS PARQUES NACIONALES CON CETS.

▪ MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.

○ Grupos implicados y anualidad:

Se trata de una acción común para todos los territorios, cuya contratación fue asumida por Aider La Gomera.

La actuación fue ejecutada en la anualidad 2010.

○ Descripción de los trabajos:

El principal contenido ha consistido en el diseño metodológico y conceptual de todos los trabajos a desarrollar en el análisis participado de las herramientas más idóneas para mejorar el producto ecoturismo y sus repercusiones en los parques nacionales con CETS. En esta análisis participado se ha prestado especial atención a la integración de las actividades del sector primario, agroalimentario y de los colectivos de jóvenes y mujeres.

El presente estudio recopila la información más actualizada del proceso propiciado por la CETS para la creación de un producto de ecoturismo en espacios naturales CETS. Resume qué es la CETS, su situación actual, cómo se ha implantado entre los empresarios, cómo se está trabajando con ellos, y cómo se está impulsando el producto ecoturismo. Justifica la razón de ser del proyecto de cooperación como acción clave para que el producto ecoturismo en España sea una realidad.

Los trabajos desarrollados son los siguientes:

- Recopilación de herramientas y documentos existentes, e identificación y caracterización de actores implicados en la CETS, nivel global y nivel de cada PN.
 - Se han recopilado y analizado varias asistencias técnicas sobre la CETS: documentos básicos de la CETS, documentación del Club de Ecoturismo generado por Turespaña, y memorias de la implantación del sistema de adhesión de empresas a la CETS (2ª fase CETS).
 - También se han recopilado y analizado los planes de acción de la CETS de los 3 Parques Nacionales, con el fin de extraer conclusiones de cara a las necesidades del ecoturismo y de la

CETS como herramienta. También se han revisado paquetes de ecoturismo creados en los ENP con CETS.

- Además se han revisado los Programas de desarrollo turístico de cada territorio, Documentos del Club de Ecoturismo en ENP acreditados con la CETS, Herramientas financieras aplicables en el ámbito de los 3 Parques Nacionales, etc.
- Análisis técnico de herramientas y sus resultados.
 - Revisión del método club de producto turístico de Turespaña, y revisión del estudio comparativo de clubes de producto.
 - Búsqueda y revisión de todos los instrumentos y herramientas que inciden en el turismo en los ENP con CETS (nivel estatal, autonómico y local).
 - Clasificación de las herramientas según inciden en los eslabones de la cadena de valor.
 - Análisis y clasificación de los actores que ejecutan las herramientas.
 - Análisis de los resultados de aplicar cada una de las herramientas.
 - Propuesta de actuaciones y recomendaciones para mejorar la creación del producto ecoturismo.
- Análisis participado de herramientas y de necesidades.
 - Participación de los técnicos de los GDR y de los ENP para identificar puntos débiles que hay en cada uno de sus ENP con respecto al proceso de creación del producto, y para hacer recomendaciones y apuntar actuaciones a realizar en el futuro.
- Diseño del Plan Estratégico.
 - Propuesta de Plan Estratégico de Ecoturismo a nivel global que incluye actuaciones concretas de las que se ha desarrollado una ficha detallando los métodos a aplicar para ejecutar las actuaciones que los GDR y los PN han considerado más interesantes.
- Redacción definitiva del plan estratégico.
 - Se trata de un conjunto de actuaciones para dar respuesta a las necesidades detectadas para que el producto ecoturismo sea una realidad, y un documento que oriente al sector empresarial para unirse y colocar el ecoturismo como un producto turístico de interés estratégico para España por su posición y oportunidad para ganar nuevas cuotas de mercado.

- La mayor parte de las actuaciones se han diseñado para poder ser ejecutadas en el transcurso del proyecto de cooperación, mientras que otras actuaciones se desarrollarán fuera de este marco financiero por otros actores.

▪ GRADO DE DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES.

El análisis de herramientas para mejorar el producto ecoturismo ha establecido las principales líneas de actuación para mejorar el producto ecoturismo. Tras la aplicación del método diseñado, se ha formulado un Plan Estratégico que debe orientar a todos los actores implicados en sus futuras intervenciones.

El Plan Estratégico finalmente elaborado se traduce en actuaciones a llevar a cabo cada una con un método concreto. Es decir, que el diseño del método para analizar las herramientas más idóneas para crear el producto ecoturismo se traduce en un método general diseñado y en actuaciones concretas con métodos particulares que sirven para orientar a los gestores de los PN y a los GAL para llevar a cabo con éxito el proyecto de cooperación.

Las actuaciones diseñadas van dirigidas a resolver las carencias detectadas de un modo participativo. El Plan Estratégico de Ecoturismo no sólo es un documento planificador, sino un proceso de trabajo que aglutina a todos los actores y que animará la creación de una estructura de gestión turística de los PN con la CETS susceptible de servir de ente gestor del club de producto.

El Plan Estratégico diseñado ha sido la hoja de ruta a seguir para que el ecoturismo en estos ENP con CETS pudiera consolidarse. Han sido actuaciones que inciden en todos los pasos necesarios para vender el producto, y sobre todo mejorar sus repercusiones sobre el medio rural.

De las 14 actuaciones previstas por el Plan Estratégico para poder ser aplicadas en los 3 Parques Nacionales del proyecto de cooperación, finalmente han sido 8 las actuaciones que se han ejecutado en el marco del proyecto en las cuatro anualidades del mismo.

Estas 8 actuaciones ejecutadas han servido para mejorar la participación de los GDR en la gestión del producto turístico, y sobre todo han servido para crear experiencias turísticas memorables sobre la base de una red de Espacios Naturales diferenciados por ser destinos de turismo sostenible.

3.2.2. TRABAJO DE CAMPO DEL ANÁLISIS PARTICIPADO DE LAS HERRAMIENTAS MÁS IDÓNEAS PARA MEJORAR EL PRODUCTO ECOTURISMO Y SUS REPERCUSIONES EN LOS PARQUES NACIONALES CON CETS.

- **MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.**

- **Actividades incluidas, grupos implicados y anualidades:**

Esta actuación se ha desarrollado en dos anualidades, incluyendo las siguientes actividades:

- Anualidad 2010. Trabajo de campo en cada territorio: Acción común, que se ejecuta paralelamente en cada territorio (cada parque nacional y su área de influencia).
 - En el caso del Parque Nacional de Garajonay e isla de la Gomera, la ejecución fue asumida por el GDR Aider La Gomera.
 - En el caso del Espacio Natural de Doñana, la ejecución fue asumida por el GDR Adercon.
 - En el caso del Espacio Natural de Sierra Nevada, la ejecución fue compartida por los cinco GDR implicados (GDR Comarca de Guadix; GDR Valle de Lecrín, Temple y Costa; ADR Alpujarra-Sierra Nevada de Granada; GDR de la Alpujarra-Sierra Nevada Almeriense; GDR Alfanevada).
- Anualidad 2011. Homogeneización de la entrega y conclusiones del trabajo de campo: Acción común a todos los territorios y GDR socios de este proyecto de cooperación, cuya ejecución ha recaído en los GDR Aljarafe Doñana y Aider La Gomera.

- **Objetivo de los trabajos:**

Se trata de un análisis que refleje la Estrategia de turismo sostenible en el marco de la CETS y las características propias de los territorios participantes (tipología de empresas, tipología de la oferta del territorio, tipología de turistas, oportunidades, dificultades, etc.), de manera que sea coherente con cada territorio, pero que también permita crear un documento de aplicabilidad conjunto.

- **Descripción de los trabajos:**

En primer lugar, los trabajos de campo desarrollados en 2010 en cada territorio se centraron en la generación o recopilación de información relevante para disponer de unas bases sólidas sobre las que asentar los trabajos a ejecutar en la fase de ejecución de este proyecto de cooperación.

Los trabajos desarrollados fueron los siguientes:

- Estudio de demanda real de ecoturistas en PN con CETS.

- Análisis de los trip reports de ecoturismo en España.
- Análisis de los portales (comerciales y no comerciales) de turismo de naturaleza, y Benchmarking de catálogos de viajes de ecoturismo de operadores especializados.
- Análisis de las estructuras de gestión turística del destino ENP con CETS.
- Análisis de la oferta turística susceptible de incorporarse al producto ecoturismo en el PN.

En segundo lugar, se afronta la homogeneización de la entrega final y conclusiones de los Trabajos de campo desarrollados anteriormente, ya que se consideró una necesidad para su aprovechamiento y optimización. Los trabajos desarrollados fueron los siguientes:

- Elaboración de un esquema común de entrega de trabajos.
 - Tratamiento común y análisis de los datos del Estudio de demanda real de ecoturistas, a partir de los trabajos realizados en cada Parque Nacional con CETS.
 - Unificación en una única Memoria descriptiva común, a partir de las memorias descriptivas de cada espacio CETS, de las siguientes dos actuaciones:
 - Análisis de los trip reports de ecoturismo en España.
 - Análisis de los portales (comerciales y no comerciales) de turismo de naturaleza, y Benchmarking de catálogos de viajes de ecoturismo de operadores especializados.
- **GRADO DE DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES.**

Las actividades previstas se han desarrollado correctamente. El principal resultado obtenido con esta actuación es disponer de un conocimiento compartido de la situación de los parques nacionales adheridos a la Carta Europea de Turismo Sostenible, de cara a disponer de las herramientas adecuadas para la creación de una experiencia de Ecoturismo en estos espacios, como primer paso de una experiencia a escala nacional.

En concreto, estos trabajos nos han permitido obtener un conocimiento compartido y común de los siguientes aspectos:

- Perfil del ecoturista cliente de la oferta turística de los espacios adheridos a la CETS.
- Producto turístico demandado por este visitante.
- Caracterización del tipo de viaje que realiza en turista a estos espacios naturales.

-
- Base de datos de portales y operadores especializados en ecoturismo y turismo de naturaleza.
 - Preferencias de la demanda a través del análisis de trip report.

Estos conocimientos nos han permitido tener una base sólida para afrontar y seguir desarrollando la fase de ejecución de este proyecto, siguiendo los objetivos y actuaciones recogidos en el documento denominado “Plan Estratégico de Ecoturismo”.

3.3. ACTUACIONES PARA LA CREACIÓN DE UN CLUB DE ECOTURISMO EN TERRITORIOS ACREDITADOS CON LA CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE: UNA RED INNOVADORA Y COOPERATIVA DE DESTINOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES.

3.3.1. VIABILIDAD DE ESTRUCTURA JURÍDICA DE GESTIÓN DEL CLUB ECOTURISMO EN PARQUES NACIONALES CON CETS.

▪ MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.

○ Actividades incluidas, grupos implicados y anualidades:

Las actividades incluidas en esta actuación se corresponden a la actuación 8.1 del Plan estratégico del Club ecoturismo en los ENP con la CETS (documento base para el desarrollo de todo el proyecto de cooperación, resultado del Diseño metodológico del Análisis de Herramientas para mejorar el producto Ecoturismo, ejecutado en la anualidad 2010 como parte central de la fase de asistencia técnica).

Esta actuación se ha desarrollado a lo largo de varias anualidades, incluyendo las siguientes actividades:

- Anualidad 2011. Contacto y análisis previos de los modelos de clubes de productos existentes en España. Acción común cuya ejecución ha recaído en el GDR Aljarafe Doñana.
- Anualidad 2011. Jornada de análisis de estructura para el club ecoturismo y participación en V Jornadas CETS de España y Portugal. Acción común que afecta a todos los socios del proyecto.
- Anualidad 2012. Puntos clave del ente gestor del producto ecoturismo en España. Acción común encargada al GDR Guadix, con el apoyo de los GDR ADAD Aljarafe-Doñana y Aider La Gomera.
- Anualidad 2012. Participación en el Congreso nacional de empresarios de turismo de Reservas de la Biosfera y Espacios Naturales Protegidos. Acción común encargada al GDR Guadix, con el apoyo de los GDR ADAD Aljarafe-Doñana y Aider La Gomera.
- Anualidad 2013. Convenio de colaboración entre Turebe (ente gestor del club de producto “Ecoturismo en España”) y Aider La Gomera (coordinador del proyecto de cooperación).

○ Objetivo y descripción de las actividades.

El principal objetivo del proyecto de cooperación ha sido la creación de una Red de Ecoturismo en torno a los territorios CETS (a partir de la adhesión de empresas turísticas a la Fase II de la CETS).

Con la actuación denominada “Viabilidad de la estructura jurídica de gestión turística del Club Ecoturismo en Parques Nacionales con CETS”, se pretende dar los

pasos necesarios para favorecer la estructura más idónea para liderar a los empresarios adheridos a la CETS y a los actores implicados en el conjunto de los PN con CETS, valorando el tipo de ente gestor que a nivel estatal pueda representar a todos los empresarios que se adhieran. Con ello se conseguirá mostrar una imagen conjunta de esta red a las administraciones turísticas, con el fin de poder alcanzar acuerdos para la promoción, y ser más eficientes.

Para ello, se ha realizado las siguientes actividades:

- Análisis de los modelos de Clubes de Productos existentes en España.
 - Se trata de un estudio de Clubes de Producto reales que están funcionando actualmente y Clubes que se encuentran en fases de creación; garantizándose de ese modo una visión global del proceso de elaboración de Club de Producto.
 - Las fuentes de información han sido diversas: profesionales de la gestión y desarrollo del turismo, asesores, consultores, agentes de turoperación, etc. Esto ha dotado a las actuaciones de mayor profesionalidad.
- Jornada de análisis de estructura más adecuada para el club ecoturismo en espacios naturales CETS, y participación en V Jornadas CETS de España y Portugal.
 - Los socios del proyecto de cooperación han decidido aunar en un único evento la realización de estas dos actividades, principalmente porque se trata de eventos altamente relacionados y vinculados en cuanto a temática y decisiones sobre actuaciones futuras, y porque suponen una oportunidad para dar a conocer los avances del proyecto de cooperación y afianzar el carácter demostrativo y piloto del mismo, además del ahorro de costes que conlleva.
- Puntos clave del ente gestor del producto ecoturismo en España.
 - Esta acción ha sido una de las partes centrales de esta actuación, analizando aspectos tales como la propuesta de la estructura jurídica para la puesta en marcha de un club de producto, los estatutos por los que debería regirse la entidad a constituir, los objetivos y funciones a desarrollar, la gerencia, la financiación y otros aspectos tales como la sede, etc.
- Participación en el Congreso nacional de empresarios de turismo de Reservas de la Biosfera y Espacios Naturales Protegidos.
 - El proyecto de cooperación consideró importante asistir a este evento con el objetivo de avanzar propuestas en el sentido de la integración de todos los actores implicados en un único ente gestor del ecoturismo en España.

- Convenio de colaboración entre Turebe (ente gestor del club de producto “Ecoturismo en España”) y Aider La Gomera (coordinador del proyecto de cooperación).
 - Este es un convenio cuyo objetivo es establecer un marco de colaboración para impulsar el Club Ecoturismo en España, como producto que mejore el desarrollo sostenible en los espacios protegidos del Estado Español y la competitividad de las empresas de turismo adheridas al club.

- **GRADO DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD:**

- **Contacto y análisis previos de los modelos de clubes de productos existentes en España.**

Estos análisis han permitido realizar un acercamiento a los principios que rigen dichos Clubes, para así sentar unas bases sólidas para la creación de un club de producto en el que intervengan las empresas adheridas a la CETS. Este resultado se ha alcanzado partiendo de los siguientes pasos desarrollados con estas actividades:

- Análisis de las características básicas que debe tener un Club de Producto para que sea efectivo.
 - Comparación de los Clubes de Productos existentes en España.
 - Reflexión y diseño de las modalidades de Club de Producto más idóneas (ajustadas a los diferentes perfiles de ecoturistas) con la participación de los empresarios CETS.
 - Prueba de viabilidad del producto creado.
 - Extracción de conclusiones comunes sobre los trabajos realizados y la documentación estudiada.
- **Jornada de análisis de estructura para el club ecoturismo y participación en V Jornadas CETS de España y Portugal**

Los socios del proyecto aprovecharon estas Jornadas como oportunidad para dar a conocer y explicar de primera mano, al resto de espacios naturales con CETS, las actividades desarrolladas, las conclusiones hasta el momento, y las perspectivas de finalización y extensión del proyecto.

Al mismo tiempo, el proyecto recoge y hace propias las conclusiones de estas Jornadas en aquello que tiene que ver con la creación de un Club de Producto de Ecoturismo.

Todo esto se traduce en las siguientes conclusiones sobre los siguientes pasos:

- Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en los tres espacios naturales participantes del proyecto.

- Concluir la ejecución de los pasos previstos en la actuación denominada “Estudio de viabilidad de estructura de gestión del club ecoturismo”, especialmente en lo que se refiere al establecimiento de los puntos clave de la estructura del club.
- **Puntos clave del ente gestor del producto ecoturismo en España.**

Ya desde los análisis realizados anteriormente se barajaron dos posibilidades a analizar en profundidad. Esas dos posibilidades eran las siguientes:

 - Constituir una entidad nueva que desarrollara la metodología del club de producto de ecoturismo exclusivamente en espacios naturales CETS.
 - Negociar con la asociación “TUREBE: Turismo en Reservas de la Biosfera”, la posible ampliación de dicha asociación tanto en la tipología de socios como la modificación de sus estatutos para acoger todas las posibles tipologías de ecoturismo en un sentido amplio.

Se realizaron diversos contactos, reuniones y análisis de documentos que concluyeron en un Informe en el que se exponían las alternativas y se analizaban las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas. Una vez evaluadas ambas opciones, las principales conclusiones serían las siguientes:

 - Lo más oportuno sería la creación de una única organización por integración con Turebe, donde puedan estar integrados los sistemas Club de Reservas de la Biosfera, CETS, Geoparques y otras.
 - En el seno de nuestro proyecto, debatir criterios y la propuesta de integración a tenor de lo ya negociado en distintas reuniones con Turebe.
 - Modificar o adaptar la programación de acciones planteadas en el proyecto de cooperación, de manera que sea útil al fin que nos ocupa.
 - En el Congreso de empresarios de turismo a celebrar en Monfragüe, exponer nuestra propuesta desde el proyecto de cooperación para intentar conseguir definitivamente una estructura fuerte que integre toda la oferta del producto ecoturismo en España.
- **Participación en el Congreso nacional de empresarios de turismo de Reservas de la Biosfera y Espacios Naturales Protegidos.**

En este Congreso se aprueba la denominada “Declaración de Monfragüe sobre ecoturismo en España”, cuyas conclusiones se resumen aquí recogiendo aquellas que más afectan al proyecto de cooperación:

- Que el producto ecoturismo en España debe ser una experiencia turística singular con proyección internacional que consiste en conocer y disfrutar los espacios naturales protegidos y sus recursos, contribuyendo a su conservación.

- 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 el producto ecoturismo debe estar ensamblado preferentemente por los empresarios adheridos a estos sistemas de requisitos que reconocen la sostenibilidad de los espacios protegidos como destinos turísticos y la sostenibilidad de las empresas adheridas a estos sistemas.
 - 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.
 - Las asociaciones turísticas y entidades presentes ratifican a Turebe como ente gestor del Club de producto Ecoturismo en España.
- **Convenio de colaboración entre Turebe (ente gestor del club de producto “Ecoturismo en España”) y Aider La Gomera (coordinador del proyecto de cooperación).**

Después de todo lo anterior, la AEI Turebe ha asumido las funciones de ente gestor del club de producto “Ecoturismo en España”, y persigue la promoción diferenciada de las empresas turísticas y destinos que configuran la experiencia “Ecoturismo en España”.

Para ello, Turebe ha creado la imagen, identidad gráfica y el portal www.soyecoturista.com como el primer portal privado que reúne la oferta de ecoturismo configurada por empresas de turismo y destinos turísticos adheridos al Club Ecoturismo en España, desarrollando una labor de comunicación continua del portal y de su oferta asociada.

Además de esto, el Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT), incluye específicamente la actuación “Consolidación del producto de turismo de naturaleza (Ecoturismo en España), basada 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 son , justamente, los ENP con CETS, Club de Reservas de la Biosfera, y otros espacios naturales con sistemas reconocidos”.

Mediante este convenio, la AEI TUREBE se compromete, principalmente, a:

- Aplicar en la medida de sus posibilidades el plan de marketing elaborado por el proyecto de cooperación, como estrategia común de promoción y comercialización del producto Ecoturismo en España, usando las herramientas disponibles actualmente (portal soyecoturista.com) a favor de los destinos y empresas adheridas al club. Para ello buscará los mecanismos financieros oportunos públicos y privados.
- Incluir sin costes en el portal soyecoturista.com a las empresas de turismo y parques adheridos a la CETS en los 3 parques nacionales participantes en el proyecto de cooperación, así como a realizar acciones de comunicación de esta oferta, y colaborar en la difusión de las acciones de comunicación inherentes al proyecto de cooperación y sus resultados.

Por su parte, el Proyecto de Cooperación se compromete, principalmente, a:

- Ceder a TUREBE el “Plan Estratégico del Producto Ecoturismo en España” y el “Plan de Marketing del Producto Ecoturismo en España” elaborados en el seno del Proyecto, incluyendo bases de datos y materiales gráficos o audiovisuales para su uso compartido en los canales de promoción y comunicación vinculados a la marca soyecoturista.com.
- Incluir en los materiales gráficos y de promoción generados por el Proyecto el logo de soyecoturista.com, así como colaborar en la difusión de dicho portal.

3.3.2. CREACIÓN DE EXPERIENCIA DE ECOTURISMO EN EL P.N. DE SIERRA NEVADA.

▪ MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.

○ Actividades incluidas, grupos implicados y anualidades:

Estas actividades afectan al Espacio Natural Protegido de Sierra Nevada, y se han desarrollado a lo largo de tres anualidades.

Los GDR encargados de las actividades han sido los cinco con territorio en ese espacio:

- Comarca de Guadix (GDR Guadix).
- Comarca del Valle de Lecrín, Temple y Costa (GDR Valle de Lecrín, Temple y Costa).
- Comarca de Alpujarra-Sierra Nevada de Granada (ADR Alpujarra-Sierra Nevada de Granada).
- Comarca de Alpujarra Almeriense y Río Nacimiento (GDR de la Alpujarra-Sierra Nevada Almeriense).
- Comarca del Arco noreste de la Vega de Granada (GDR Alfanevada).

○ Descripción de las actividades:

- **Anualidad 2011: Taller creativo de la experiencia de Ecoturismo en el Espacio Natural de Sierra Nevada.**

La actividad ha consistido en un Taller de seis horas de duración, celebrado el día 14 de julio de 2011 Salón de actos Ayuntamiento de Ferreira (Granada), con el fin de incidir en aquellos aspectos que contribuyen a diferenciar a un destino turístico como sostenible.

Para ello se han analizado distintas experiencias desarrolladas en otros lugares, además de estimular la creatividad acerca del diseño de experiencias ecoturísticas en el Espacio Natural Protegido de Sierra Nevada .

Al Seminario han asistido empresarios y empresarias turísticos y líderes sociales (formales e informales), que puedan considerarse movilizadores del territorio, para que con su contribución puedan constituir puentes de difusión de la Carta Europea de Turismo Sostenible y del E.N.P. de Sierra Nevada, además de configurar productos y paquetes de ecoturismo.

- **Anualidad 2012: Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Sierra Nevada.**

Las actividades desarrolladas se plantearon con el objetivo general de profundizar y avanzar en la definición de experiencias de ecoturismo en Sierra Nevada, y específicamente, con los siguientes objetivos específicos

- Definir una imagen de marca del ecoturismo en Sierra Nevada.
 - Definir de forma piloto seis paquetes de ecoturismo en Sierra Nevada.
 - Diseñar los primeros soportes promocionales del ecoturismo en Sierra Nevada.
- **Anualidad 2013: Creación de experiencia de ecoturismo en el Espacio Natural de Sierra Nevada.**

El foro de la CETS de Sierra Nevada lleva ya varios años trabajando en la línea definida en el plan de acción, manteniendo numerosas reuniones donde se ha debatido en profundidad las diversas acciones a emprender para desarrollar productos y paquetes de ecoturismo en Sierra Nevada, además de otras acciones de promoción y comercialización del destino.

Estas actividades se desarrollan además en el marco de la estrategia para la implementación de la CETS en el E.N.P. de Sierra Nevada en el periodo 2.009-2.013 y en el documento estratégico definido para la ejecución de este proyecto de cooperación que contemplaba la posibilidad de desarrollar acciones específicas para la implementación de la CETS en los distintos espacios participantes.

Las actividades desarrolladas permitirán avanzar en la creación de productos de ecoturismo que ya cumplen con los requisitos del manual de producto del Club de Producto Ecoturismo cuyo ente gestor es TUREBE.

Los objetivos específicos en este sentido para 2013 en Sierra Nevada son los siguientes:

- Promocionar la marca del ecoturismo en Sierra Nevada: “Sierra Nevada, todo natural”.
 - Definir de forma piloto seis paquetes de ecoturismo en Sierra Nevada que puedan ser promocionados en distintos países.
 - Diseñar y promocionar el portal web www.ecoturismosierranevada.com como soporte de la oferta de ecoturismo en Sierra Nevada.
 - Difundir la oferta de ecoturismo en Sierra Nevada en el portal web www.soyecoturista.com.
- **GRADO DE DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES:**

○ **Taller creativo de la experiencia de Ecoturismo en el Espacio Natural de Sierra Nevada.**

El impacto que ha tenido la ejecución de dicha acción se puede considerar como muy importante, ya que se ha incrementado de forma sustancial la sensibilización y concienciación de los participantes en torno a la oportunidad de desarrollar un modelo de turismo sostenible en el territorio como aspecto diferenciador de destino turístico. El conocer las claves para el desarrollo de experiencias turísticas en torno al ecoturismo en el E.N.P. de Sierra Nevada abre nuevas perspectivas de acción en el área.

○ **Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Sierra Nevada.**

Las actividades que desarrolladas en Sierra Nevada dentro de esta anualidad fueron las siguientes:

- Creatividad y diseño de la identidad corporativa de "Sierra Nevada, todo natural" (ecoturismo en Sierra Nevada).
- Documento de aplicaciones de la marca y creación de un estilo propio de comunicación.
- Realización del interfaz gráfico de un portal web 3.0 "ecoturismo en Sierra Nevada".
- Asistencia técnica para la definición de 6 paquetes de ecoturismo en el E.N. de Sierra Nevada.
- La edición de un spot publicitario de 1'30" de duración sobre "Sierra Nevada, todo natural".

Las primeras actividades permitieron establecer una base homogénea para la definición del producto de ecoturismo en Sierra Nevada, permitiendo definir una imagen de marca entorno al mismo, "Sierra Nevada, todo natural", destacando slogans como "Sierra Nevada abierto 366 días al año", que lo diferencia de forma clara de la estación de esquí alpino.

La asistencia técnica para la definición de paquetes de ecoturismo en el E.N. de Sierra Nevada ha tenido como objeto el asesoramiento desde un punto de vista práctico para la definición de una serie de propuestas de ecoturismo a comercializar en Sierra Nevada.

Los seis paquetes de ecoturismo en el Espacio Natural de Sierra Nevada son los siguientes:

- Sierra Nevada y la Alpujarra. Aves y paisajes con encanto.
- Parque Nacional de Sierra Nevada. Fotografía
- El agua en Sierra Nevada. Los paisajes del agua.

- La Huella humana de Sierra Nevada. Por los senderos tradicionales....
- Micología en Sierra Nevada. Del bosque y el campo, a la mesa....
- Sierra Nevada a caballo. Ruta del poniente y la Alpujarra Granadina.

Las seis propuestas diseñadas se han basado en la observación y apreciación de la naturaleza o de la cultura tradicional incluyendo elementos educativos y de interpretación, buscando crear conciencia sobre la importancia de la conservación de los recursos naturales y culturales, tanto en los habitantes de la zona como en los visitantes. La premisa principal es disfrutar del paisaje y ser protagonista de actividades sin dañar el medio, sin dejar rastro. Esto implica una actitud responsable y comprometida con el desarrollo sostenible, minimizando al máximo los impactos negativos.

En cuanto a la edición de un spot publicitario sobre "Sierra Nevada, todo natural", el diseño de los primeros soportes de comunicación y promoción de la marca definida es básico para que se vaya conociendo a nivel general y para que sirva de apoyo a la comercialización de los productos y paquetes turísticos que se vayan definiendo en cooperación con todos los actores implicados en el marco de la CETS.

○ **Creación de experiencia de ecoturismo en el Espacio Natural de Sierra Nevada.**

Las actividades que se han desarrollado durante esta anualidad en Sierra Nevada han sido las siguientes:

- Definición y puesta en marcha del portal de ecoturismo de Sierra Nevada: www.ecoturismosierranevada.com.
- Traducción a seis idiomas (inglés, francés, alemán, ruso, sueco y neerlandés) de los paquetes de ecoturismo de Sierra Nevada, diseñados en el marco de la anualidad anterior en el presente proyecto y corrección de estilo a tres idiomas (inglés, francés y alemán) para la adaptación de los textos traducidos a un lenguaje más enfocado al marketing de los mismos.
- Maquetación en folletos digitales en seis idiomas de los paquetes turísticos de Sierra Nevada, identificados con anterioridad.
- Creación de un banco de imágenes de Sierra Nevada, 30 fotografías de distintos autores y contenidos, con el objeto de que los actores vinculados al proyecto puedan disponer de imágenes de calidad para la promoción del ecoturismo de Sierra Nevada en distintos soportes.
- Diseño y redacción de fichas (35) en español e inglés para su inclusión en el portal www.soyecoturista.com, portal que promociona de forma genérica la oferta de ecoturismo en España y que es gestionado por el ente gestor del Club de Producto de Ecoturismo a nivel nacional que es TUREBE.

3.3.3. CREACIÓN DE EXPERIENCIA DE ECOTURISMO EN EL P.N. GARAJONAY Y LA GOMERA

▪ MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.

○ Actividades incluidas, grupo implicado y anualidades:

Esta actuación ha sido ejecutada por el GDR Aider La Gomera, ya que es el único GDR del ámbito del Parque Nacional de Garajonay e Isla de La Gomera, coordinadamente con los gestores del Parque como socio colaborador del proyecto.

○ Descripción de las actividades:

▪ Anualidad 2011: Taller creativo de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Garajonay.

Este Taller se realiza con el objeto de crear el producto o experiencia del ecoturismo en el P.N. de Garajonay con las empresas adheridas a la CETS y con los equipamientos y servicios de uso público de La Gomera, diseñando éste a partir del perfil del viajero que más visita la Isla y demanda el producto ecoturístico.

El Taller se llevó a cabo el 1 y 2 de julio de 2011, en las instalaciones del Centro de Visitantes Juego de Bolas (La Palmita, Agulo, La Gomera).

▪ Anualidad 2012: Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Garajonay y La Gomera.

La actuación que nos ocupa se centra en profundizar de forma efectiva en la creación de una experiencia de ecoturismo en el Parque Nacional de Garajonay e isla de La Gomera.

En este proyecto, las empresas turísticas adheridas a la Carta Europea de Turismo Sostenible en La Gomera, junto a administraciones públicas de la isla y otros agentes implicados, ha definido las características, componentes y empresas que podrán formar parte del producto ecoturístico, de tal manera que se favorezca al desarrollo local sostenible y su singularidad, así como la experiencia sensorial y emotiva del turista que nos visita.

Los trabajos desarrollados en esta anualidad en La Gomera para alcanzar los objetivos son los siguientes:

- Reunión informativa. Explicación de los pasos para la creación de la experiencia de ecoturismo.
- Diseño Plan de Acción y Metodología de Actuación. Incluye programación.
- Talleres y entrevistas individuales. Talleres y visitas individuales con los agentes implicados.

- Análisis interno de resultados. Trabajo interno de análisis preliminar de resultados de entrevistas.
 - Dinamización. Uso de herramientas no presenciales para avanzar en el diseño de la experiencia.
 - Análisis de resultados. Análisis, formulación de propuestas y conclusiones.
 - Taller de definición de producto. Presentación de información recibida y definición final del producto ecoturístico.
- **Anualidad 2013: Creación de experiencia de ecoturismo en el P.N. Garajonay e isla de La Gomera.**

Desde el inicio, para la vertebración de las experiencias de ecoturismo se ha trabajado la viabilidad técnica-práctica a través de un trabajo individual con cada empresa, configurando las características del producto según las particularidades de cada una de ellas. El desarrollo de los trabajos ha seguido esta estructura:

- Diseño y estructuración de tres propuestas de viaje de ecoturismo preparados para su promoción y comercialización en agencias de viaje físicas y online.
- Diseño de propuestas de viaje de ecoturismo flexibles según elección de los turistas.
- Diseño y edición de elementos y materiales propios de cada propuesta de viaje.
- Creación de la página Web www.gomeraexperience.com, en español, inglés y alemán.
- Contacto y cierre de acuerdos de colaboración con participantes.

▪ **GRADO DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD:**

○ **Taller creativo de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Garajonay:**

Siguiendo las directrices de la ficha de actuación, el taller se realizó en dos sesiones:

- En la primera sesión se vieron las herramientas necesarias para el correcto diseño del producto: Definiciones y características de Ecoturismo y Producto Turístico, Perfil del turista que visita La Gomera, recursos públicos y privados con los que cuenta la Isla, singularidades del P.N. y análisis de ejemplos de otros productos turísticos.
- En la segunda sesión se diseñaron distintas ideas de productos adaptados al perfil del turista visitante. Estas propuestas fueron

analizadas por un experto en turismo sostenible quien dio su visión del mismo, aportando útiles ideas a la hora de promocionar y comercializar el producto obtenido.

Se inició así el primer paso en el desarrollo de una ruta con las características que debe reunir un producto ecoturístico, propiciando la visita a los lugares más representativos de la isla, pasando tanto por sitios de interés cultural e histórico como paisajístico. Se puso énfasis en la creación de experiencias y emociones al turista para que éste se identifique con el destino, regrese satisfecho a su lugar de origen y recomiende La Gomera como destino único y atractivo.

○ **Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Garajonay y La Gomera:**

Las actividades desarrolladas han tenido un especial componente de participación, tanto del sector público como de empresas turísticas. Esta característica, de por sí innovadora por sus componentes participativos, ha permitido un notable enriquecimiento del producto. Los implicados son conscientes de que aún queda mucho trabajo por delante, pero existe la voluntad de finalizar con éxito esta iniciativa.

El proceso metodológico requirió 32 entrevistas individuales a los diferentes agentes implicados, que aportaron una información muy detallada que fue analizada y consensuada en los grupos de trabajo realizados los días 4 y 5 de septiembre de 2012.

Partiendo de la base del significado de lo qué es un producto ecoturístico y tras las entrevistas se llegó a definir cómo debe ser el producto ecoturístico en La Gomera y se establecieron las acciones para avanzar en lo que será dicho producto en la isla.

Un producto ecoturístico es la suma de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos del destino, equipamientos e infraestructuras, servicios, actividades y valores simbólicos, con el objetivo de atraer y satisfacer a un perfil de viajero cuya motivación de viaje sea la observación y apreciación de la naturaleza y/o de la cultura tradicional.

Un producto genera beneficios económicos para las comunidades, organizaciones y administraciones locales, conserva el entorno natural y sociocultural, así como minimiza los impactos negativos que pueda generar la actividad turística. Incrementa la conciencia sobre conservación del patrimonio natural y cultural tanto entre los habitantes de la zona como entre los turistas.

Un producto informa adecuadamente, así como facilita la interpretación del patrimonio para poner en valor cada uno de los recursos. Permite la participación activa de los agentes sociales en el modelo turístico, pasando a ser protagonistas de su propio desarrollo.

Particularmente, en La Gomera, se definieron las características especiales, además de las anteriormente mencionadas, que debe tener un producto ecoturístico en este territorio concreto.

- Que sea un producto auténtico.

- Que transmita tranquilidad, desconexión y no masificación
 - Fundamentado en el buen trato al turista: buenos anfitriones.
 - De calidad.
 - Experiencial Vivencial.
 - Coordinado y en red.
 - Con visión y planificación de futuro.
- **Creación de experiencia de ecoturismo en el P.N. Garajonay e isla de La Gomera:**

El resultado de todos los trabajos realizados son una serie de posibilidades de viajes de ecoturismo que se podrán ofrecer a los turistas, ya sea a través de la agencia de viajes física, o vía internet, y que son las siguientes:

- Tres propuestas de viajes cerradas para los turistas que buscan un viaje organizado:
 - Fototurismo. La Gomera a través de la fotografía: Huellas en tu memoria: La isla a través de tu cámara..
 - Latidos. La Gomera a través de sus Latidos: Un recorrido por la isla que te llevará a conocerla íntimamente.
 - La Isla Oculta. Descubre los secretos de La Gomera: Un viaje que sorprende a cada paso.
- Elección de Alojamiento + Experiencias.
- Conocer La Gomera combinando varios alojamientos.
- Propuesta de Turismo Accesible.
- Elección de sólo alojamientos o sólo experiencias.

Existen, además, una serie de elementos diferenciadores que aportan un valor añadido a las experiencias:

- Catálogo para ofrecer las propuestas de viajes de ecoturismo a los viajeros y agencias de viajes. El catálogo debe ser enviado a las agencias de viajes de europa (en los idiomas español, inglés y alemán) para que puedan ofertar las experiencias de ecoturismo en la isla de La Gomera.
- La participación del Parque Nacional de Garajonay garantiza obtener “lugares ocultos” de la isla, con el objetivo de que los ecoturistas disfruten de lugares especiales desde la tranquilidad y la calidad de los recursos naturales y turísticos.

- Elementos o materiales propios de uno o varios productos: Las propuestas de viaje están reforzadas por material específico (cuaderno de viaje, cámara de fotografía Polaroid, fichas...).

El material específico editado para las propuestas de viaje, a cargo del proyecto de cooperación, es el siguiente:

- Catálogo de experiencias de ecoturismo en La Gomera: español (5 ejemplares), inglés (5 ejemplares) y alemán (5 ejemplares).
- Cuaderno de viaje: español (5 ejemplares) e inglés (5 ejemplares).
- Mapa turístico adaptado para propuestas de viaje en español (10 ejemplares), inglés (10 ejemplares) y alemán (20 ejemplares).
- 5 fichas de senderos autoguiados y miradores adaptadas para propuestas de viaje (4x5 = 20 ejemplares).

La principal herramienta de promoción y comercialización de las propuestas de viaje debe ser la página web: www.GomeraExperience.com.

Se trata de una web orientada a que los potenciales turistas que quieran visitar Canarias, conozcan las propuestas de ecoturismo en La Gomera, facilitando la reserva de las mismas. Ofrece información de La Gomera, del Parque Nacional de Garajonay, indicaciones para preparar el viaje paso a paso, ofertas y paquetes turísticos cerrados, actividades, alojamientos, además de información sobre el proyecto de Cooperación “Los Parques Nacionales como destinos turísticos sostenibles” y la CETS en La Gomera.

Como valor añadido frente otras páginas, ofrece la oportunidad de conocer de forma sencilla la oferta de turismo accesible de la isla, así como recibir un mapa de La Gomera a domicilio, alquiler de tablets, cámaras de impresión instantánea (polaroid) o reservar una tarde con un ciudadano de la isla para descubrir los lugares que sólo conocen los propios ciudadanos locales. Es una web preparada para incorporar nuevas experiencias que las empresas CETS en La Gomera quieran añadir entre los productos que ofertan.

Para reforzar y contribuir a la imagen común del producto ecoturismo en España, se ha trabajado igualmente en el diseño y redacción de fichas en español e inglés para su inclusión en el portal www.soyecoturista.com, portal que promociona de forma genérica la oferta de ecoturismo en España y que es gestionado por el ente gestor del Club de Producto de Ecoturismo a nivel nacional que es TUREBE.

3.3.4. CREACIÓN DE EXPERIENCIA DE ECOTURISMO EN EL P.N. DOÑANA.

- **MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.**

- **Actividades incluidas, grupos implicados y anualidades:**

Estas actividades afectan al Espacio Natural Protegido de Doñana, y se han desarrollado a lo largo de tres anualidades.

Los GDR encargados de la ejecución en este espacio han sido Adercon y ADAD Aljarafe-Doñana.

- **Descripción de las actividades:**

- **Anualidad 2011: Jornada-taller “Creación de productos turísticos, paquetes y experiencias ecoturísticas”.**

La actividad ha consistido en la realización de un taller práctico, de 8 horas de duración en sesiones de mañana y tarde el día 1 de septiembre de 2011 (Salón de Actos. Sede Adercon. Bonares, Huelva).

La temática ha tratado la creación de productos turísticos y la puesta en valor de recursos del territorio bajo la experiencia del ecoturismo, especialmente en el Espacio Natural de Doñana y en las comarcas participantes en este proyecto.

Los asistentes estaban formados, principalmente, por empresarios adheridos a la CETS, empresas turísticas del territorio y entidades públicas.

- **Anualidad 2012: Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Doñana.**

En esta fase del proyecto de cooperación, y tras anteriores actuaciones realizadas, como el taller creativo ejecutado en 2011, se llega a la conclusión de que uno de los productos ecoturísticos susceptible de poner en valor en la comarca es la gastronomía típica del territorio y la artesanía propia de los municipios, otorgando un papel esencial, de este modo, a los habitantes de los mismos ya que sería una forma de recuperar y de reconocimiento de tradiciones arraigadas.

El trabajo ha tenido varias fases: Búsqueda de información de los recursos agroalimentarios y artesanos de la comarca. Listado de empresas susceptibles de participar en la guía. Elaboración de la guía digital y su aplicación en la web.

- **Anualidad 2013: Creación de experiencia de ecoturismo en el Espacio Natural de Doñana.**

El Plan de Acción de la CETS para el E.N. de Doñana definido para el periodo 2.009-2.013 recoge una línea estratégica que es “crear una oferta

turística específica” que persigue como objetivo “la identificación de nuevos clientes y la creación de una oferta específica” mediante la puesta en marcha de actuaciones de promoción tanto del espacio natural como de las empresas que desarrollan su actividad en torno al mismo.

El foro de la CETS de Doñana, ha mantenido numerosas reuniones en las que se ha debatido en profundidad sobre las diversas acciones de promoción y comercialización del destino que sería conveniente emprender.

Se ha partido de la base de que las actuaciones que se consensuaran deberían, en todo caso, permitir avanzar en la creación de productos de ecoturismo y, para ello, deberían cumplir con los requisitos del manual de producto del Club de Producto Ecoturismo cuyo ente gestor es Turebe.

El objetivo general de las actividades ha sido promocionar el Espacio Natural de Doñana así como las experiencias de ecoturismo desarrolladas en el mismo, y específicamente:

- Promocionar la marca del ecoturismo en Doñana.
- Diseñar y promocionar el portal www.vivedonana.es como soporte de la oferta de ecoturismo en Doñana.
- Difundir la oferta de ecoturismo en Doñana en el portal web www.soyecoturista.com.

▪ GRADO DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD:

- **Jornada-taller “Creación de productos turísticos, paquetes y experiencias ecoturísticas”.**

Una de las finalidades del taller era que se conocieran todas las empresas turísticas de ambas comarcas para que conocieran el proyecto de cooperación, intercambiaran ideas e iniciativas para poner el común y analizaran la problemática actual que atraviesa el sector turístico.

Durante el taller se aportaron ideas, materiales, se dieron a conocer portales turísticos relevantes para la difusión del turismo en el territorio. Para finalizar, se realizó un taller práctico en el cual los componentes al taller crearon “productos turísticos vinculados a experiencias ecoturísticas”.

- **Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Doñana.**

Se pretendía que el folleto o guía agroalimentaria y artesana tenga un impacto notable, en principio al turista que visite el territorio y que busque una alternativa a su estancia en la comarca. En este caso, hablamos de un producto turístico que le va llevar a conocer la idiosincrasia de nuestros pueblos y en la que se puede implicar a la ciudadanía a conocer sus productos y a dar difusión de los mismos.

- **Creación de experiencia de ecoturismo en el Espacio Natural de Doñana.**

Las actividades que se han desarrollado han sido las siguientes:

- Producción de un documental televisivo con información sobre el Espacio Natural de Doñana, sobre la Carta Europea de Turismo Sostenible y sobre las empresas del EN adheridas a la misma.
- Desarrollo del portal web de ecoturismo en Doñana. www.vivedonana.es. Este portal contendrá el audiovisual citado anteriormente así como una microsite de cada una de las empresas adheridas a la CETS. Asimismo, se ha definido un plan de acción para la promoción en Internet, de manera que el portal será continuamente actualizado y se irán introduciendo, de manera escalonada, audiovisuales de cada una de las empresas adheridas.
- Diseño y redacción de fichas para su inclusión en el portal www.soyecoturista.com, portal que promociona de forma genérica la oferta de ecoturismo en España y que es gestionado por el ente gestor del Club de Producto de Ecoturismo a nivel nacional que es TUREBE.

3.4. DESARROLLO DE ACTUACIONES DERIVADAS DE LA ESTRATEGIA Y PLAN DE ACCIÓN DE LA CETS EN CADA TERRITORIO.

3.4.1. DIAGNÓSTICO SECTORIAL DE LA ACCESIBILIDAD UNIVERSAL EN EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS PRIVADOS Y PROGRAMA PILOTO DE ASESORAMIENTO PARA LA ADAPTACIÓN AL DISEÑO UNIVERSAL DE EMPRESAS TURÍSTICAS EN LA ISLA DE LA GOMERA.

▪ MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.

○ Actividad y GDR implicado:

Esta actuación ha sido ejecutada por el GDR Aider La Gomera, ya que es el único GDR del ámbito del Parque Nacional de Garajonay e Isla de La Gomera.

La actividad se desarrolló en la anualidad 2010.

○ Descripción de la actividad:

Respondiendo al objetivo general de promover mejoras en materia de accesibilidad entre los empresarios y propietarios de equipamientos turísticos privados, esta actividad fue dividida en dos fases:

▪ Fase 1. Diagnostico Sectorial de la Accesibilidad Universal en Equipamientos Turísticos Privados en La Gomera.

- Esta fase ha consistido en el análisis de los niveles de accesibilidad de una muestra de equipamientos turísticos privados de la isla de La Gomera y la elaboración de un Diagnóstico Sectorial de la realidad actual de estos equipamientos.

▪ Fase 2. Desarrollo de un Plan Piloto de Asesoramiento para la adaptabilidad al Diseño Universal de los equipamientos turísticos privados de la isla.

- Esta fase ha consistido en el diseño de un programa de asesoramiento de manera que los empresarios puedan elaborar planes de mejora y adaptación de sus instalaciones y servicios.

La elección de las empresas fue realizada de acuerdo con diferentes criterios establecidos, de los cuales el más importante fue que la empresa estuviese acreditada o en fase de acreditación de la CETS, así como que la muestra incluyera establecimientos de las diferentes tipologías existentes: Alojamientos (Parador Nacional y hoteles convencionales, complejos de apartamentos, apartamentos, casas rurales, hoteles rurales, pensiones), Comerciales (agroalimentarios y artesanía), Transporte (alquiler de coches, guaguas, taxis), Empresas de servicios (senderismo, buceo, excursiones marítimas), Restauración (restaurantes y bares).

▪ GRADO DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD:

Estas actividades nos han permitido conocer el estado actual de los equipamientos, y extrapolar una perspectiva general del estado actual de los equipamientos turísticos privados en la isla en lo relativo a los criterios de Accesibilidad Universal.

La mayoría de los equipamientos turísticos privados de la isla están ubicados en edificios antiguos, algunos de ellos históricos y clasificados como Bien de Interés Cultural (BIC). La mayoría de estos edificios presentan bordillos altos en las entradas, escaleras de acceso y puertas muy estrechas. Otro aspecto importante es la existencia de escaleras irregulares, y gran parte de éstas no se encuentran señalizadas con una traza antideslizante y con colores llamativos. Tampoco la mayoría de los pasamanos presentan la altura adecuada.

Los equipamientos ubicados en edificios más recientes o remodelados, presentan algunas adaptaciones importantes para la recepción de personas con discapacidad, como rampas adaptadas, ascensores, anchura de puertas adecuada, entre otros. El mayor problema de estos equipamientos se encuentra en que no es posible a sus clientes discapacitados el acceso a todos sus servicios.

Es también notoria la ausencia de formación en atención al público discapacitado, si bien, por otro lado, todos los empresarios y personal turístico coinciden en la importancia de este tipo de formación, quejándose de la ausencia de oportunidades formativas en atención al público con discapacidad en la isla.

En las zonas más rurales de la isla el entorno de los equipamientos y el acceso a los mismos se presentan como un problema importante. Del mismo modo, las empresas que ofertan actividades de avistamiento de cetáceos están limitadas por las malas condiciones de accesibilidad universal de los puertos.

Otro aspecto importante es la ausencia de plazas de aparcamiento para PMR cercanas a los equipamientos. En lo que respecta a los medios de transporte, la isla presenta algunos vehículos de transporte de pasajeros adaptados,. Sin embargo no existen coches (tipo turismo) adaptados para conductores discapacitados o para su transporte como pasajeros.

Es destacable que la mayoría de empresarios participantes se mostraron bastante interesados por el tema, compartiendo la opinión de que la ausencia de demanda actual de este segmento de público es la principal razón para que no apuesten más por la mejora de sus servicios y equipamientos en lo que respecta a la Accesibilidad Universal de los mismos. Por otro lado todos están de acuerdo que la orografía de la isla, su planificación y ordenación territorial, con un carácter marcadamente rural, así como la ausencia de promoción de la isla como un destino accesible, son los principales problemas para la captación de este segmento de público.

Con todo, como conclusión de estos trabajos, entendemos que existen amplias posibilidades de mejora en lo que se refiere a la adaptación de nuestro destino turístico a unas mejores condiciones para la accesibilidad universal, siendo este Diagnóstico un punto de partida básico para los equipamientos privados, que se puede complementar extraordinariamente con otros trabajos emprendidos por otras entidades en lo que se refiere a equipamientos públicos.

3.4.2. INTERCAMBIO DE EXPERIENCIA E INFORMACIÓN ENTRE LA COMARCA DE DOÑANA Y LA COMARCA DE LA GARROTXA.

- **MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS:**

- **Actividades y GDR implicados:**

Estas actividades, desarrolladas en la anualidad 2010, afectan al Espacio Natural Protegido de Doñana, y se han desarrollado a lo largo de tres anualidades. Los GDR encargados de la ejecución han sido Adercon y ADAD Aljarafe-Doñana.

- **Descripción de las actividad:**

La actuación consistió en una visita de representantes de todos los sectores sociales y económicos de la comarca de Doñana a la comarca de la Garrotxa, con el fin de facilitar el intercambio de experiencias entre empresarios turísticos de los territorios, además, de difundir y sensibilizar a los asistentes bajo las directrices de la CETS.

Las actividades realizadas fueron las siguientes:

- Reuniones preparatorias de la visita (8-10/10/2010).
- Visita de intercambio entre Doñana y La Garrotxa (21-23/10/2010).
- Encuentro para exponer conclusiones “Viaje-intercambio de experiencia con empresarios al parque natural La Garrotxa” (24/10/2010).

- **GRADO DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD:**

El resultado de esta actuación es una gran acogida en lo que se refiere a la alta participación de técnicos de ADERCON, ADAD, Espacio Natural de Doñana y empresarios turísticos del territorio CETS.

Precisamente, la participación de técnicos de varias entidades y empresas turísticas ha originado un encuentro de opiniones y un guión de puntos a trabajar para iniciar la creación del Club de Ecoturismo. Además, el conocimiento de otra experiencia sobre Ecoturismo, como puede ser en el Parque Natural la Garrotxa, ha servido como ejemplo para el trabajo de cooperación que se está realizando.

En el encuentro final se crearon grupos de trabajo para analizar la creación de un producto ecoturístico integrado en territorio CETS. Los participantes expusieron sus trabajos con ejemplos como el caso de la Garrotxa o el Espacio Natural de Doñana.

En conclusión, consideramos el resultado como positivo, puesto que, por un lado se dio a conocer el producto Ecoturismo, sus posibilidades en territorio CETS y la implicación de los distintos entes; y por otro lado, con la lista de asistentes a la conferencia se ha creado una base de datos de personas interesadas en estar informadas y participar en otras acciones para fomentar la creación de un producto ecoturístico en el territorio.

3.4.3. JORNADAS “SIEMPREVIVA NEVADENSIS: LAS MUJERES EN UNA SIERRA NEVADA SOSTENIBLE”.

▪ MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS:

○ Actividades y GDR implicados:

La actividad objeto de esta memoria afecta al Espacio Natural Protegido de Sierra Nevada (Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada), y los GDR organizadores son los cinco con territorio en ese espacio: GDR Guadix; GDR Valle de Lecrín, Temple y Costa; ADR Alpujarra-Sierra Nevada de Granada; GDR de la Alpujarra-Sierra Nevada Almeriense; GDR Alfanevada.

La actividad se desarrolló en la anualidad 2010.

○ Descripción de la actividad:

La actividad ha consistido en un Encuentro de mujeres, empresarias y líderes sociales (formales e informales), que puedan considerarse movilizadoras del territorio en sus distintos ámbitos de trabajo o de vida social y participativa, para que con su contribución puedan constituir puentes de difusión del Espacio Natural Protegido de Sierra Nevada y de la Carta Europea de Turismo Sostenible, pero además se quería que las mujeres participantes creasen cauces de comunicación y colaboración entre ellas, que este encuentro fuese un espacio de puesta en común, para un futuro trabajo en red.

Las Jornadas denominadas “Siempreviva Nevadensis: Las mujeres en una Sierra Nevada Sostenible”, se desarrollaron en Capileira (Granada), del 22 al 24 de octubre de 2010. La actividad se programó a través de un encuentro en dos sesiones, una de trabajo en aula y otra de visita al espacio.

▪ GRADO DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.

Como valoración final de los resultados de esta actividad y de impacto en el territorio, podemos decir que el encuentro “Siempreviva Nevadensis: Las mujeres en una Sierra Nevada Sostenible” ha servido para:

- Crear redes entre empresarias cuya actividad se desarrolla en el territorio del Parque Natural y Nacional de Sierra Nevada.
- Dar a conocer la Carta Europea de Turismo Sostenible del ENP de Sierra Nevada y los valores ambientales del mismo.
- Conocer otras experiencias empresariales desarrolladas en el territorio, con la idea de crear sinergias y acciones de cooperación.

3.4.4. JORNADAS DE ANÁLISIS: "PRODUCTOS Y PAQUETES TURÍSTICOS EN EL PARQUE NACIONAL DE DOÑANA".

- **MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.**

- **Actividades y GDR implicados:**

La actividad objeto de esta memoria afecta al Espacio Natural Protegido de Sierra Nevada (Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada), y los GDR organizadores son los cinco con territorio en ese espacio: GDR Guadix; GDR Valle de Lecrín, Temple y Costa; ADR Alpujarra-Sierra Nevada de Granada; GDR de la Alpujarra-Sierra Nevada Almeriense; GDR Alfanevada.

La actividad se desarrolló en la anualidad 2010, y contó con la colaboración de los GDR con territorio en el P.N. Doñana (Adercon y ADAD Aljarafe-Doñana).

- **Descripción de la Actividad:**

La actividad ha consistido en un Seminario para el intercambio de experiencias, para la puesta en común de estrategias, y para el debate conceptual y procedimental en torno a la CETS y los paquetes turísticos en el Espacio Natural Protegido de Doñana.

Al Seminario han asistido empresarios y empresarias turísticos y líderes sociales (formales e informales), que puedan considerarse movilizados del territorio, para que con su contribución puedan constituir puentes de difusión de la Carta Europea de Turismo Sostenible y de los Espacios Naturales de sus territorios.

Para ello se programó un encuentro en 2 días, en las que hubo una parte teórica de presentación del proyecto de Cooperación, y otra de visita al Espacio Natural de Doñana, e intercambio de experiencias y presentación de buenas prácticas.

La actividad tuvo lugar los días 28-29 de octubre de 2010, en Centro de Visitantes "Dehesa de Abajo", La Puebla del Río (Sevilla) y distintos espacios del E.N.P. de Doñana.

- **GRADO DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.**

El impacto que ha tenido la ejecución de dicha acción se puede considerar como muy importante, ya que se ha incrementado de forma sustancial la sensibilización y concienciación de los participantes en torno a la oportunidad de desarrollar un modelo de turismo sostenible en el territorio como aspecto diferenciador de destino turístico. El conocimiento de los productos y paquetes turísticos desarrollados en el E.N.P. de Doñana abre nuevas perspectivas de acción en el E.N.P. de Sierra Nevada, especialmente las relacionadas con los distintos touroperadores centroeuropeos especializados en ecoturismo.

3.4.5. AUDIOVISUAL "EL ESPACIO NATURAL DE SIERRA NEVADA, DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE".

- **MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS:**

- **Actividades y GDR implicados:**

La actividad objeto de esta memoria afecta al Espacio Natural Protegido de Sierra Nevada (Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada), y los GDR organizadores son los cinco con territorio en ese espacio: GDR Guadix; GDR Valle de Lecrín, Temple y Costa; ADR Alpujarra-Sierra Nevada de Granada; GDR de la Alpujarra-Sierra Nevada Almeriense; GDR Alfanevada.

La actividad se desarrolló en la anualidad 2010.

- **Descripción de la Actividad:**

Los cinco GDR vinculados al Espacio Natural de Sierra Nevada han considerado oportuno, en distintas reuniones, desarrollar una serie de productos audiovisuales, que permitieran favorecer la promoción del destino turístico Sierra Nevada como destino turístico sostenible, así como favorecer la creación de productos turísticos vinculados al ecoturismo.

La actuación ejecutada consiste en la producción de un audiovisual, consistente en 3 productos, bajo el título: "El ENP de Sierra Nevada. Destino de Turismo Sostenible":

- Video genérico de ocho minutos de duración de temática general sobre el Espacio Natural Protegido de Sierra Nevada como Destino turístico Sostenible.
 - Video genérico de cinco minutos de duración, resumen del editado en formato 8'.
 - Spot de un minuto. Contará con los planos más espectaculares para dar una visión general impactante.

- **GRADO DE DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES.**

El material audiovisual generado ha sido utilizado e integrado en las actividades realizadas en anualidades posteriores para la creación de experiencias de ecoturismo en Sierra Nevada, especialmente como apoyo a la comercialización de los productos y paquetes turísticos que han definido en cooperación con todos los actores implicados en el marco de la CETS.

3.5. SEMINARIOS PARA EL INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS, PARA LA PUESTA EN COMÚN DE ESTRATEGIAS, Y PARA EL DEBATE CONCEPTUAL Y PROCEDIMENTAL EN TORNO A LA CETS.

3.5.1. SEMINARIO "PERSPECTIVAS DE TRABAJO DESDE LA RED DE LA CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE.

- **MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS:**

- **Actividades y GDR implicados.**

Estas actividades se desarrollaron en la anualidad 2011 y afectan a todos los socios del proyecto de cooperación, al tratarse de una actuación común de carácter conjunto.

En un único evento se aunaron la realización del Seminario "Perspectivas de trabajo desde la Red de la Carta Europea de Turismo Sostenible" a la vez que una reunión de coordinación del proyecto.

- **Descripción de las actividades.**

Se trata de un Seminario abierto, de manera que no sólo contara con participación del personal técnico de los Grupos de Desarrollo Rural y de las entidades colaboradoras en el proyecto, sino que se hizo extensivo al personal técnico y responsables de otros parques naturales y nacionales acreditados con la CETS, de Grupos de Desarrollo andaluces y otras instituciones, así como empresarios acreditados con la CETS.

De esta manera se pretendía servir de foro de reflexión para analizar el trabajo realizado hasta ahora en el marco de las Redes existentes en torno a la Carta Europea de Turismo Sostenible (especialmente la Red CETS de España y Portugal), para de esta manera continuar avanzando en la línea de la coordinación y la cooperación entre espacios acreditados.

El Seminario se celebró el día 6 de abril de 2011 en el Centro de Visitantes Guadimar, Aznalcázar, Sevilla, mientras la reunión de coordinación tuvo lugar el 7 y 8 de abril de 2011, en la sede de ADAD Aljarafe-Doñana, Pilas, Sevilla.

- **GRADO DE DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES.**

En este seminario se han obtenido conclusiones muy interesantes y de alto valor, fruto de la alta y cualificada participación que ha tenido (representantes de los GDR socios y entidades colaboradoras del proyecto, representantes de otros espacios naturales y GDR de España, representantes de otras instituciones vinculadas a la CETS, y empresarios CETS).

En cuanto a las reflexiones sobre el trabajo en red en el marco de la CETS, además de una serie de conclusiones sobre la finalidad y funcionalidad de las Redes CETS hasta la fecha, lo más interesante ha sido la priorización consensuada sobre los

objetivos y fines del trabajo en red de aquí en adelante. Los objetivos y fines con una mayor priorización son los siguientes:

- Conocer experiencias de otros Espacios Naturales (punto de encuentro, intercambio de ideas, etc.).
- Creación de nexos de unión para avanzar en fases sucesivas de la CETS y en el club de producto.
- Tener un referente y una imagen común.
- Trabajar conjuntamente, aunar esfuerzos y mejorar la comunicación.
- Dar agilidad y dinamismo a la CETS en el desarrollo de las distintas fases (proceso menos lento).

En cuanto al Club de Ecoturismo, se recogieron algunas consideraciones de mucho interés en torno a cuestiones como el modelo turístico predominante, los productos turísticos vinculados a la naturaleza, garantías de los territorios CETS como destinos sostenibles, madurez de los territorios CETS para organizar y comercializar el producto ecoturismo, debilidades estructurales actuales, grado de implicación de los diferentes actores, etc.

Todas estas conclusiones se han hecho extensivas a los actores implicados en la CETS, principalmente a través de Europarc y de las V Jornadas de la Red CETS de España y Portugal.

3.6. EJECUCIÓN DE POSIBLES ACTUACIONES PRIMARIAS DERIVADAS DEL PLAN ESTRATÉGICO

3.6.1. PLAN DE MARKETING DEL PRODUCTO DE ECOTURISMO EN ESPAÑA.

▪ MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.

○ Grupos implicados y anualidades:

Se trata de una acción común a todos los territorios y GDR socios del proyecto, de cuya coordinación se encarga el GDR Aider La Gomera.

La actuación fue ejecutada en las anualidades 2012 y 2013 .

○ Descripción de las actividades:

Esta actividad se corresponde a la actuación 6.1 del Plan estratégico del Club ecoturismo en los ENP con la CETS (documento base para el desarrollo de todo el proyecto de cooperación, resultado del Diseño metodológico del Análisis de Herramientas para mejorar el producto Ecoturismo, ejecutado en la anualidad 2010 como parte central de la fase de asistencia técnica).

Dentro del proyecto se han venido ejecutando acciones específicas en estos Parques Nacionales para crear el producto ecoturismo, e igualmente se están desarrollando otras en cada territorio de referencia de gran importancia que corren paralelas y entrelazadamente al propio Plan de Marketing.

Por tanto, se entendía que el proyecto había avanzado lo suficiente como para necesitar un plan de marketing o promoción que oriente en la venta del producto ecoturismo a nivel de red y en cada uno de los tres parques nacionales participantes en el proyecto.

De este modo, el objeto del servicio ha sido la elaboración participada de un plan de marketing del producto ecoturismo en España que se tradujese en una estrategia y en un conjunto de actuaciones a corto, medio y largo plazo, cuantificadas, para mejorar la comunicación, promoción y distribución del producto en los tres parques nacionales participantes en el proyecto de cooperación, intentando resolver sus necesidades y las de los empresarios de turismo más vinculados con cada parque nacional a través de la CETS.

Igualmente, el resultado del trabajo debe sentar las bases de un plan de marketing que sirva para todos los espacios protegidos pertenecientes al club ecoturismo en España, y así poder conectar de forma eficiente las necesidades de los empresarios y de los destinos, con las acciones de promoción a desarrollar en un futuro en un posible convenio de promoción con las administraciones turísticas y la participación de los empresarios de turismo y sus asociaciones convenientemente integradas en un ente gestor del producto ecoturismo.

▪ GRADO DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.

Este Plan de Marketing se ha elaborado de forma participada contando con los actores implicados en la creación del producto y en su comunicación y promoción, como única garantía de éxito, considerando que el producto ecoturismo es asumido y defendido por los empresarios de turismo adheridos a los distintos sistemas solventes que dan entrada al producto ecoturismo en España, entre ellos el sistema CETS que proporcionan al consumidor la prestación de la experiencia de ecoturismo, por los actores responsables de su distribución comercial y por las administraciones turísticas responsables de las políticas de promoción.

El diseño del Plan ha considerado el escenario actual de crisis económica que afecta al mercado nacional, y ha tenido en cuenta la situación actual de cada parque nacional y su entorno.

Considerando el carácter piloto y demostrativo de los proyectos de cooperación de la Red Rural Nacional, y el consenso alcanzado por los GAL participantes, el presente plan de marketing debe servir en el futuro como guía y orientación para el producto ecoturismo en España, en una “red” de ENP cuyo denominador común sea la diferenciación por la CETS y por la experiencia singular de un ecoturismo garantizado y prestado por una selección de empresarios diferenciados.

Se ha elaborado un plan de marketing que busque la relación más que la persuasión, y la experiencia más que la necesidad, incidiendo en el perfil emocional de los turistas que muchas veces son “proksumer” (turista que busca y comparte experiencias en la red, participando en la creación del producto, pues tras experimentarlos, los comparte en las redes y los prescribe o los relega).

Los trabajos se desarrollaron siguiendo este esquema:

- Fase 0. Plan de Trabajo. Recopilación y análisis de estudios sobre situación de partida. Elaboración y validación del Plan de Trabajo.
- Fase I. Análisis de la situación actual. Análisis en cada parque nacional de estructura de gestión turística, su oferta y demanda turística, las modalidades y productos de ecoturismo existentes, y su posicionamiento en los principales mercados de referencia.
- Fase II. Estrategia de marketing. Establecer las principales líneas de la estrategia de mercados, de posicionamiento y de promoción y comercialización, que orientarán el Plan de Marketing Operativo
- Fase III. Marketing operativo. Diseño de acciones concretas para el desarrollo del portafolio de modalidades y productos de ecoturismo, la promoción y comercialización, el programa de marketing online y el seguimiento del plan de marketing.

Se pretende que este Plan de Marketing del Producto de Ecoturismo en España, desarrollado en los tres parques nacionales pioneros durante el periodo 2012-2014, pueda ser la base de un plan de marketing que sirva para todos los destinos pertenecientes al club Ecoturismo en España, y así poder conectar de forma eficiente

las necesidades del producto (de los empresarios) y de los destinos, con las acciones de promoción a desarrollar por Turespaña en el marco del Plan Nacional e Integral de Turismo y los programas de promoción de las CC.AA., involucrando a las asociaciones de empresarios de turismo y a la AEI TUREBE para que puedan participar activamente en las futuras actuaciones de promoción, dándoles continuidad una vez acabado el proyecto de cooperación, con el enfoque práctico de mejorar la rentabilidad y sostenibilidad del producto ecoturismo, siendo más eficientes en el aprovechamiento de la escasa financiación pública.

3.6.2. ACCIONES CONJUNTAS DE MÁRketing DE ECOTURISMO: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EN REVISTAS ESPECIALIZADAS

- **MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.**

- **Grupos implicados y anualidades:**

Se trata de una acción común a todos los territorios y GDR socios del proyecto, de cuya coordinación se encarga el GDR Aider La Gomera.

La actuación fue ejecutada en la anualidad 2013.

- **Descripción de las actividades:**

El principal objetivo de esta actuación es dar a conocer el producto ecoturismo en España y su imagen a nivel nacional e internacional, en el ámbito de los 3 Parques Nacionales del proyecto de cooperación.

España apenas es conocida por su patrimonio natural y sus espacios por la gran masa de turistas. Por tanto, el Plan de Marketing de Ecoturismo recomienda que se realice una campaña de comunicación en medios de comunicación, especializados en ecoturismo y convencionales de turismo, para dar a conocer la oferta de los 3 parques nacionales del proyecto de cooperación como experiencias piloto, y el club Ecoturismo en España, la imagen y el portal del club.

La campaña propuesta por el Plan de Marketing incluiría contactos con los principales medios de comunicación convencionales y la redacción específica de artículos para ciertas revistas de naturaleza y de viajes especializados.

También podrá incluir la redacción de pequeños artículos a modo de reportajes de los destinos adheridos al club, con el fin de que estos textos puedan ser incorporados a portales de promoción y a revistas online. Esta campaña consistiría en el lanzamiento de una serie de impactos periódicos con un adecuado seguimiento, y en una primera fase se destacarían los 3 parques como los destinos piloto.

- **GRADO DE DESARROLLADO DE LA ACTIVIDAD:**

Para la elección de los medios más especializados se priorizaron las revistas sugeridas en el Plan de Marketing, valorando la relación "Precio" vs "Volumen de ejemplares". Además se tuvo en cuenta el volumen absoluto de ejemplares, la valoración de los comentarios y el ranking de medios impresos. Se descartaron los monográficos por precio-impacto frente las otras propuestas.

Además de dirigirse a los medios especializados, y para dar a conocer a España por su patrimonio natural, y especialmente por los ENP del proyecto, se ha considerado necesaria la posibilidad de dirigirse también a medios más generalistas como forma de llegar a "conquistar" a un perfil que, según su "momento vital", también le apetece realizar un viajes con las características de ecoturismo.

Para la elección de medios más genéricos se analizaron revistas de alcance nacional e internacional de mayor alcance dirigidas hacia el público con posibilidades de viaje a los 3 parques del proyecto.

Se analizaron los medios genéricos, se buscaron aquellos que llegasen a la mayor cantidad de lectores y sirviesen también para una difusión internacional. Por eso se consideró que las revistas de las líneas aéreas eran una buena opción.

Finalmente los medios elegidos, para la inserción de publicidad o publlirreportaje sobre ecoturismo en medios especializados y en medios generalistas, han sido los siguientes:

- Publlirreportaje en **revista *Viajes National Geographic***. Es la revista de viajes mejor valorada. Su tirada es mayor a las otras sugeridas por el Plan de Marketing (es la única revista de viajes que figura en el Estudio General de Medios).
- Publicidad en **revista *Quercus***. Se trata de una revista de referencia en España entre la prensa especializada en temas ambientales, observación, estudio y defensa de la naturaleza.
- Anuncio en **revista *Traveller*** de la línea aérea EasyJet. En este caso, es una revista que llega a una media de 5 millones de pasajeros al mes. Principalmente procedentes de Reino Unido.

Los trabajos desarrollados han incluido el contacto con las revistas especializadas y genéricas para solicitar presupuestos, forma de entrega, diseño de la publicidad o publlirreportajes, etc, así como la redacción de los textos e imágenes a incluir, en coordinación con los gestores de los parques nacionales y Turebe.

3.6.3. ACCIONES CONJUNTAS DE MÁRKETING DE ECOTURISMO: FOLLETO DIGITAL SOBRE PRODUCTO ECOTURISMO

- **MEMORIA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.**

- **Grupos implicados y anualidades:**

Se trata de una acción común a todos los territorios y GDR socios del proyecto, de cuya coordinación se encarga el GDR Aider La Gomera.

La actuación fue ejecutada en la anualidad 2013.

- **Descripción de las actividades:**

El Plan de Marketing de Ecoturismo refleja que los actores locales han diseñado y editado muchos materiales para impulsar el ecoturismo en cada uno de sus destinos, pero le ha faltado la imagen común y una estrategia común basada en vender el producto ecoturismo a una demanda previamente segmentada, como la propuesta por el Plan de marketing elaborado en el proyecto.

El objetivo principal de esta actividad es disponer de materiales de promoción específicos del Producto Ecoturismo en España.

Además, la ejecución de la actividad nos permite alcanzar estos objetivos específicos

- Divulgar los 3 Parques Nacionales como destinos adheridos al club Ecoturismo en España, presentando de forma previa el enfoque del club y aprovechando para divulgar el club de forma general.
 - Dar a conocer las empresas turísticas y las experiencias de ecoturismo formuladas en cada uno de los 3 PN.

Se propone el diseño y edición en formato digital de un folleto electrónico en 3 idiomas (español, inglés, alemán) sobre el producto Ecoturismo en España que muestre la singularidad del mismo, sus características y de forma piloto centrado en el producto de ecoturismo de los 3 PN del proyecto de cooperación con ejemplos de las experiencias de ecoturismo que se pueden disfrutar en ellos.

- **GRADO DE DESARROLLADO DE LA ACTIVIDAD:**

El folleto finalmente se ha elaborado contando con Segittur, que ha adquirido el derecho para comercializar, diseñar y producir en exclusiva en España el software desarrollado por Ceros - Bluevista para la creación de folletos digitales.

Incluye una relación de las empresas turísticas adheridas a la CETS en cada parque, y experiencias de ecoturismo innovadoras y atractivas diseñadas en el proyecto.

Por tanto, se ha usado para integrar de forma práctica estos 3 PN en el club Ecoturismo en España, y destacar la imagen/marca del producto Ecoturismo en

España, presentando brevemente el producto a nivel nacional, destacando el valor añadido del ecoturismo certificado.

El folleto, en suma, ofrece una información inicial e inspiradora que redirige tanto al portal Soyecoturista.com, a las herramientas de promoción y comercialización de las experiencias cada espacio natural, y a las empresas adheridas al producto.

4. MEMORIA ECONÓMICA JUSTIFICATIVA DEL COSTE DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS.

DISEÑO METODOLÓGICO Y CONCEPTUAL DEL ANÁLISIS PARTICIPADO DE LAS HERRAMIENTAS MÁS IDÓNEAS PARA MEJORAR EL PRODUCTO ECOTURISMO Y SUS REPERCUSIONES EN LOS PARQUES NACIONALES CON CETS.	
- 2010: Trabajos de asistencia técnica para el diseño metodológico y conceptual del análisis participado de las herramientas más idóneas para mejorar el producto ecoturismo y sus repercusiones en los parques nacionales con CETS.	15.000,00 €
TOTAL	15.000,00 €

TRABAJO DE CAMPO DEL ANÁLISIS PARTICIPADO DE LAS HERRAMIENTAS MÁS IDÓNEAS PARA MEJORAR EL PRODUCTO ECOTURISMO Y SUS REPERCUSIONES EN LOS PARQUES NACIONALES CON CETS.	
- 2010: Asistencia técnica para el trabajo de campo en el Parque Nacional de Garajonay (La Gomera).	25.000,00 €
- 2010: Asistencia técnica para el trabajo de campo en el Espacio Natural Doñana.	25.000,00 €
- 2010: Asistencia técnica para el trabajo de campo en el Espacio Natural Sierra Nevada.	25.000,00 €
- 2011: Homogeneización de la entrega y conclusiones del trabajo de campo	7.963,06 €
TOTAL	82.963,06 €

VIABILIDAD DE ESTRUCTURA JURÍDICA DE GESTIÓN DEL CLUB ECOTURISMO EN PARQUES NACIONALES CON CETS.	
- 2011: Contacto y análisis previos de los modelos de clubes de productos existentes en España.	1.458,88 €
- 2011: Jornada de análisis de estructura para el club ecoturismo y participación en V Jornadas CETS de España y Portugal.	2.395,80 €
- 2012: Puntos clave del ente gestor del producto ecoturismo en España.	1.618,25 €
- 2012: Participación en el Congreso nacional de empresarios de turismo de Reservas de la Biosfera y Espacios Protegidos.	
- 2013: Convenio de colaboración entre Turebe (ente gestor del club de producto "Ecoturismo en España") y Aider La Gomera (proyecto de cooperación)	0,00 €
TOTAL	5.472,93

CREACIÓN DE EXPERIENCIA DE ECOTURISMO EN EL P.N. DE SIERRA NEVADA.	
- 2011: Taller creativo de la experiencia de Ecoturismo en el Espacio Natural de Sierra Nevada	2.515,42 €
- 2012: Creatividad y diseño de la identidad corporativa. - 2012: Documento de aplicaciones de la marca y creación de un estilo propio de comunicación. - 2012: Portal web 3.0 > realización del interfaz gráfico.	5.566,00 €
- 2012: Asistencia técnica para la definición de de 6 paquetes de ecoturismo.	3.025,00 €
- 2012: Edición y producción de spot publicitario.	2.420,00 €
- 2013: Definición y puesta en marcha del portal de ecoturismo de Sierra Nevada: www.ecoturismosierranevada.com	13.213,20 €
- 2013: Traducción a 6 idiomas de los paquetes de ecoturismo de Sierra Nevada, y corrección de estilo a 3 idiomas	3.585,07 €
- 2013: Maquetación en folletos digitales en seis idiomas de los paquetes turísticos de Sierra Nevada	847,00 €
- 2013: Creación de un banco de imágenes de Sierra Nevada	1.470,15 €
- 2013: Diseño y redacción de fichas (35) en español e inglés para su inclusión en el portal www.soyecoturista.com	3.680,82 €
TOTAL	36.322,66 €

CREACIÓN DE EXPERIENCIA DE ECOTURISMO EN EL P.N. GARAJONAY Y LA GOMERA.	
- 2011: Taller creativo de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Garajonay.	2.500,00 €
- 2012: Asistencia técnica para la Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en el Parque Nacional de Garajonay e isla de La Gomera	6.500,00 €
- 2013: Creación de experiencias de Ecoturismo en el Parque Nacional de Garajonay e isla de La Gomera: Diseño y estructuración de productos; Creación de página web Gomeraexperience.com	10.200,00 €
- 2013: Diseño y edición de elementos para la promoción de producto Ecoturístico	2.568,00 €
- 2013: Traducciones para el proyecto "Los P.N. como destinos turísticos sostenibles"	1.316,10 €

- 2013: Impresión de catálogos, cuadernos, mapas y fichas para el proyecto PN como destinos turísticos sostenibles	800,00 €
- 2013: Recopilación de información y fotografías para la redacción, elaboración y traducción de fichas para portal Soyecoturista.com	5.600,00 €
TOTAL	29.484,10 €

CREACIÓN DE EXPERIENCIA DE ECOTURISMO EN EL P.N. DOÑANA.	
- 2011: Jornada-taller "Creación de productos turísticos, paquetes y experiencias ecoturísticas".	2.500,08 €
- 2012: Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Doñana.	6.500,00 €
- 2013: Producción de un documental sobre el Espacio Natural de Doñana, CETS, y empresas adheridas.	9.999,44 €
- 2013: Desarrollo del portal web de ecoturismo en Doñana www.vivedonana.es .	9.958,30 €
TOTAL	28.957,82 €

DIAGNÓSTICO SECTORIAL DE LA ACCESIBILIDAD UNIVERSAL EN EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS PRIVADOS Y PROGRAMA PILOTO DE ASESORAMIENTO PARA LA ADAPTACIÓN AL DISEÑO UNIVERSAL DE EMPRESAS TURÍSTICAS EN LA ISLA DE LA GOMERA.	
- 2010: Servicios para el diagnóstico sectorial de la accesibilidad universal en equipamientos turísticos privados y programa piloto de asesoramiento para la adaptación al Diseño Universal de empresas turísticas en la isla de La Gomera.	7.250,00 €
TOTAL	7.250,00 €

INTERCAMBIO DE EXPERIENCIA E INFORMACIÓN ENTRE LA COMARCA DE DOÑANA Y LA COMARCA DE LA GARROTXA.	
- 2010: Reuniones preparatorias de la visita	1.316,31 €
- 2010: Visita de intercambio entre Doñana y La Garrotxa	9.329,71 €
- 2010: Encuentro para exponer conclusiones del "Viaje-intercambio de experiencia con empresarios al parque natural La Garrotxa"	3.940,01 €
TOTAL	14.586,03 €

JORNADAS "SIEMPREVIVA NEVADENSIS: LAS MUJERES EN UNA SIERRA NEVADA SOSTENIBLE".	
- 2010: Jornadas denominadas "Siempreviva Nevadensis: Las mujeres en una Sierra Nevada Sostenible" (Material, traslados, ponencias, alojamiento, manutención, etc...)	11.623,32 €
TOTAL	11.623,32 €

JORNADAS DE ANÁLISIS: "PRODUCTOS Y PAQUETES TURÍSTICOS EN EL PARQUE NACIONAL DE DOÑANA".	
- 2010: Jornadas de análisis: "Productos y paquetes turísticos en el Parque Nacional de Doñana (alojamiento, almuerzo, visita, transporte...).	7.147,45 €
TOTAL	7.147,45 €

AUDIOVISUAL "EL ESPACIO NATURAL DE SIERRA NEVADA, DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE".	
- 2010: Producción audiovisual "El Espacio Natural de Sierra Nevada: destino turístico sostenible"	19.300,00 €
TOTAL	19.300,00 €

SEMINARIO "PERSPECTIVAS DE TRABAJO DESDE LA RED DE LA CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE.	
- 2011: Seminario "Perspectivas de trabajo desde la Red de la Carta Europea de Turismo Sostenible" y reunión de coordinación del proyecto (alojamiento y traslados, manutención, material didáctico, transporte y visitas, asistencia técnica y apoyo logístico...).	6.657,52 €
TOTAL	6.657,52 €

PLAN DE MARKETING DEL PRODUCTO DE ECOTURISMO EN ESPAÑA.	
- 2012/2013: Trabajos de asistencia técnica para la elaboración de un Plan de Marketing del Producto Ecoturismo en España.	39.000,00 €
TOTAL	39.000,00 €

ACCIONES CONJUNTAS DE MÁRKETING DE ECOTURISMO: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EN REVISTAS ESPECIALIZADAS.	
- 2013: Redacción para revistas Proyecto “Los Parques Nacionales como destinos turísticos sostenibles”	250,00 €
- 2013: Coordinación y asesoramiento para publicación en revistas seleccionadas de campaña de comunicación sobre Producto Ecoturismo	940,00 €
- 2013: Publireportaje doble página Revista Viajes National Geographic nº 164	8.000,00 €
- 2013: Inserción publicitaria Revista Quercus nº 333	3.030,00 €
- 2013: Anuncio EasyJet Inflight (Revista Traveller)	10.203,00 €
TOTAL	22.423,00 €

ACCIONES CONJUNTAS DE MÁRKETING DE ECOTURISMO: FOLLETO DIGITAL SOBRE PRODUCTO ECOTURISMO.	
- 2013: Coordinación, asesoramiento y definición de Folleto Digital sobre Producto Ecoturismo en España, en los 3 PP.NN. piloto	882,40 €
- 2013: Redacción para folleto Proyecto “Los Parques Nacionales como destinos turísticos sostenibles”	250,00 €
- 2013: Traducciones para folleto digital Proyecto “Los Parques Nacionales como destinos turísticos sostenibles”	364,40 €
- 2013: Elaboración de folletos digitales en tres idiomas	4.815,80 €
TOTAL	6.312,60 €

PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN.	
- 2010: Diseño de imagen para producto ecoturismo en el marco del proyecto de cooperación	1.000,00 €
- 2010: Diseño y edición de carpetas con solapa impresa para el proyecto “Los Parques Nacionales como destinos turísticos”	2.000,00 €
TOTAL	3.000,00 €

ACTUACIONES ORGANIZATIVAS, ASISTENCIA A REUNIONES, DESPLAZAMIENTOS	
- 2010: Jornada inicial de intercambio de experiencias y definición y coordinación del proyecto de cooperación.	11.273,81 €
- 2010: Otras reuniones de coordinación en 2010.	2.562,34 €
- 2011: Reuniones de coordinación (presenciales y videoconferencia).	18,62 €
- 2012: Reuniones de coordinación (presenciales y videoconferencia).	47,88 €
- 2013: Reuniones de coordinación (presenciales y videoconferencia).	5.633,03 €
TOTAL	19.535,68 €

CONTROL FINANCIERO Y COORDINACIÓN TÉCNICA DEL PROYECTO.	
- 2010: Control financiero y coordinación técnica del proyecto.	25.236,59 €
- 2011: Control financiero y coordinación técnica del proyecto.	23.986,15 €
- 2012: Control financiero y coordinación técnica del proyecto.	13.048,30 €
- 2013: Control financiero y coordinación técnica del proyecto.	37.746,64 €
TOTAL	100.017,68 €

COSTE DEL AVAL.	
- 2013: Constitución de Aval.	2.654,03 €
TOTAL	2.654,03 €

5. RELACIÓN DETALLADA DE OTROS INGRESOS O SUBVENCIONES QUE HAYAN FINANCIADO LA ACTIVIDAD SUBVENCIONADA CON INDICACIÓN DEL IMPORTE Y PROCEDENCIA.

En la ejecución del proyecto de cooperación denominado “Dinamización de la Carta Europea de Turismo Sostenible en espacios naturales acreditados: LOS PARQUES NACIONALES COMO DESTINOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES”, no se han recibido otros ingresos o subvenciones que hayan financiado las actividades subvencionadas.

6. OBJETIVOS, RESULTADOS E INCIDENCIA.

6.1. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS ALCANZADOS.

El proyecto ha estado diseñado, estructurado y ejecutado siguiendo los objetivos generales y específicos planteados, lo que ha permitido un alto grado de cumplimiento de los mismos:

- **La red de la CETS como una estructura de actores implicados de estos territorios, en conexión con la actuación del Club ecoturismo en ENP con CETS. La participación.**
 - El proyecto de cooperación ha organizado el seminario "Perspectivas de trabajo desde la Red CETS, que contó con una alta y cualificada participación (representantes de los GDR socios y entidades colaboradoras del proyecto, representantes de otros espacios naturales y GDR de España, representantes de otras instituciones vinculadas a la CETS, y empresarios CETS).
 - En este Seminario se obtuvieron unas conclusiones muy interesantes y de alto valor sobre la finalidad y funcionalidad de las Redes CETS, y especialmente interesante fue la priorización consensuada sobre objetivos y fines del trabajo en red en adelante.
 - Todas las conclusiones, reflexiones y trabajos del proyecto se han hecho extensivas a los diferentes actores implicados en la CETS, en encuentros o contactos directos o a través de la participación de representantes del proyecto en eventos como las V Jornadas de la Red CETS de España y Portugal, Congreso nacional de empresarios de turismo de Reservas de la Biosfera y Espacios Naturales Protegidos, etc.
 - Se ha elaborado un Plan de Márketing de Ecoturismo en España de forma participada contando con los actores implicados en la creación del producto y en su comunicación y promoción. El presente plan de marketing debe servir en el futuro como guía y orientación para el producto ecoturismo en España, en una "red" de ENP cuyo denominador común sea la diferenciación por la CETS y por la experiencia singular de un ecoturismo garantizado y prestado por una selección de empresarios diferenciados.
 - Se pretende que este Plan de Marketing pueda ser la base de un plan de márketing que sirva para todos los destinos pertenecientes al club Ecoturismo en España,
 - El Plan de Marketing debe conectar de forma eficiente las necesidades del producto (de los empresarios) y de los destinos, con las acciones de promoción a desarrollar por Turespaña en el marco del Plan Nacional e Integral de Turismo y los programas de promoción de las CC.AA., involucrando a las asociaciones de empresarios de turismo y a la AEI TUREBE para que puedan participar activamente en las futuras actuaciones de promoción, dándoles continuidad una vez acabado el proyecto de cooperación, con el enfoque práctico de mejorar la rentabilidad y sostenibilidad del producto ecoturismo, siendo más eficientes en el aprovechamiento de la escasa financiación pública.

- Se han ejecutado una serie de acciones conjuntas de marketing de ecoturismo (Campaña de comunicación en revistas especializadas; y Folleto digital sobre producto ecoturismo), fruto de las recomendaciones del Plan de Marketing, cuyo principal objetivo ha sido dar a conocer el producto ecoturismo en España y su imagen a nivel nacional e internacional, en el ámbito de los tres Parques Nacionales del proyecto de cooperación.
- Estas acciones conjuntas de marketing también permiten disponer de materiales de promoción específicos del Producto Ecoturismo en España. De forma más específica, las actividades permiten divulgar los tres Parques Nacionales como destinos adheridos al club Ecoturismo en España, así como dar a conocer las empresas turísticas y las experiencias de ecoturismo formuladas en cada uno de los tres parques.
- **El club de producto ecoturismo en ENP con CETS (como una red de destinos turísticos sostenibles que contribuyen al desarrollo sostenible del medio rural, habilitando las actuaciones necesarias propuestas por los propios territorios acreditados con la CETS, incluyendo la participación del tejido asociativo empresarial).**
 - El análisis de herramientas para mejorar el producto ecoturismo ha establecido las principales líneas de actuación para mejorar el producto ecoturismo, por medio de la formulación de un Plan Estratégico de Ecoturismo.
 - El Plan Estratégico diseñado ha sido la hoja de ruta a seguir para que el ecoturismo en estos ENP con CETS pudiera consolidarse. Han sido actuaciones que inciden en todos los pasos necesarios para vender el producto, y sobre todo mejorar sus repercusiones sobre el medio rural.
 - Se dispone de un amplio conocimiento compartido de la situación de los parques nacionales adheridos a la CETS (perfil del ecoturista, productos demandados, portales y operadores...), de cara a disponer de las herramientas adecuadas para la creación de una experiencia de Ecoturismo en estos espacios, como primer paso de una experiencia a escala nacional.
 - Se ha realizado un acercamiento a los principios que rigen los Clubes de producto, para así sentar unas bases sólidas para la creación de un club de producto en el que intervengan las empresas adheridas a la CETS.
 - Se han analizado los puntos clave del ente gestor del club de producto ecoturismo en España, concluyendo que lo más oportuno sería la creación de una única organización donde puedan estar integrados los sistemas Club de Reservas de la Biosfera, y CETS, entre otros.
 - Los empresarios de turismo de Reservas de la Biosfera y Espacios Naturales Protegidos aprueban la denominada “Declaración de Monfragüe sobre ecoturismo en España”, cuyas principales conclusiones son las siguientes:
 - Que el producto ecoturismo en España debe ser una experiencia turística singular con proyección internacional que consiste en conocer y disfrutar los espacios naturales protegidos y sus recursos, contribuyendo a su conservación.

- 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 el producto ecoturismo debe estar ensamblado preferentemente por los empresarios adheridos a estos sistemas de requisitos que reconocen la sostenibilidad de los espacios protegidos como destinos turísticos y la sostenibilidad de las empresas adheridas a estos sistemas.
 - 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.
 - Las asociaciones turísticas y entidades presentes ratifican a la AEI Turebe (Turismo Responsable en la Biosfera) como ente gestor del Club de producto Ecoturismo en España.
- La AEI Turebe ha asumido las funciones de ente gestor del club de producto “Ecoturismo en España”, y persigue la promoción diferenciada de las empresas turísticas y destinos que configuran la experiencia “Ecoturismo en España”.
 - Para ello, Turebe ha creado la imagen, identidad gráfica y el portal www.soyecoturista.com como el primer portal privado que reúne la oferta de ecoturismo configurada por empresas de turismo y destinos turísticos adheridos al Club Ecoturismo en España, desarrollando una labor de comunicación continua del portal y de su oferta asociada.
 - Además de esto, el Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT), incluye específicamente la actuación “Consolidación del producto de turismo de naturaleza (Ecoturismo en España), basada 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 son, justamente, los ENP con CETS, Club de Reservas de la Biosfera, y otros espacios naturales con sistemas reconocidos”.
 - Aider La Gomera (coordinador del proyecto de cooperación) y la AEI Turebe han firmado un convenio de colaboración para impulsar el club de producto “Ecoturismo en España”, a través de diferentes actuaciones en materia de apoyo al producto Ecoturismo en España, del intercambio de información y bases de datos, intercambio

y uso de estudios y estrategias de promoción, divulgación y comunicación conjunta del producto Ecoturismo en España, colaboración en acciones de formación y cuantas acciones de apoyo y soporte se consideren necesarias para impulsar este producto en el ámbito de los espacios naturales.

- En cada espacio natural participante en el proyecto se han creado experiencias genuinas de ecoturismo, que sean atractivas y motiven al turista a visitar y disfrutar una experiencia memorable sobre la base de una red de espacios naturales diferenciados por ser destinos de turismo sostenible. Además, se ha promovido la convergencia entre la web soyecoturista.com y los portales de promoción turística locales existentes.
 - El conjunto de actuaciones ejecutadas han servido para mejorar la participación de los GDR en la gestión del producto ecoturístico
- **Consolidar y reforzar las Estrategias de Turismo Sostenible de cada territorio, sobre todo en aspectos estructurantes y de especial visibilidad, en conexión con el club de ecoturismo para que el sector privado pueda organizar su oferta en red.**
- Se han puesto en marcha actuaciones que forman parte del Plan de Acción o la Estrategia CETS en cada uno de los territorios, en conexión con la creación o potenciación de productos turísticos basados en el ecoturismo (accesibilidad universal en equipamientos turísticos privados, intercambios de experiencia e información entre comarcas y territorios CETS, encuentro de mujeres empresarias y líderes sociales, materiales audiovisuales para experiencias de ecoturismo...).

6.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN TODOS LOS TERRITORIOS PARTICIPANTES Y SU IMPACTO.

A escala local, estos son los principales resultados obtenidos en el desarrollo del proyecto y su impacto en cada territorio.

- **Análisis de resultados en el ámbito del Espacio Natural de Sierra Nevada.**
 - El ámbito del Espacio Natural de Sierra Nevada comprende los territorios de Comarca de Guadix, Alpujarra-Sierra Nevada de Granada, Alpujarra-Sierra Nevada de Almería; Arco Noreste de la Vega de Granada (Alfanevada), y Valle de Lecrín, Temple y Costa.
 - Se ha conseguido trabajar conjuntamente con el tejido empresarial del territorio y con los líderes sociales del mismo, logrando incidir en aquellos aspectos que contribuyen a diferenciar a un destino turístico como sostenible, al mismo tiempo que se ha logrado estimular entre ellos la creatividad acerca del diseño de experiencias ecoturísticas en el Espacio Natural Protegido de Sierra Nevada y la creación de puentes de difusión de la Carta Europea de Turismo Sostenible y del Espacio Natural Protegido de Sierra Nevada, además de configurar con ellos productos y paquetes de ecoturismo.
 - Se ha conseguido profundizar y avanzar en la definición de experiencias de ecoturismo en Sierra Nevada, específicamente con la definición de una imagen de marca del ecoturismo en dicho territorio, la definición y creación de forma piloto de seis paquetes de ecoturismo (*Sierra Nevada y la Alpujarra. Aves y paisajes con encanto; Parque Nacional de Sierra Nevada. Fotografía; El agua en Sierra Nevada. Los paisajes del agua; La Huella humana de Sierra Nevada. Por los senderos tradicionales...; Micología en Sierra Nevada. Del bosque y el campo, a la mesa... Y Sierra Nevada a caballo. Ruta del poniente y la Alpujarra Granadina*) que cumplen con los requisitos establecidos en el manual de producto del Club de Producto Ecoturismo. Al mismo tiempo que se han diseñado soportes promocionales del ecoturismo en Sierra Nevada y la promoción de estos en distintos países, para lo que se ha procedido a su traducción a seis idiomas (inglés, francés, alemán, ruso, sueco y neerlandés) junto con la corrección de estilo de traducción en tres idiomas (inglés, francés y alemán) para adaptarlos a un lenguaje más enfocado al marketing y su maquetación en folletos digitales en estos mismos idiomas.
 - Como complemento a lo expuesto anteriormente, se han desarrollado una serie de productos audiovisuales (Video genérico de ocho minutos de duración de temática general sobre el Espacio Natural Protegido de Sierra Nevada como Destino turístico Sostenible; Video genérico de cinco minutos de duración, resumen del editado en formato 8' y Spot de un minuto con los planos más espectaculares para dar una visión general impactante) que han permitido favorecer la promoción del destino turístico Sierra Nevada como destino turístico sostenible, así como favorecer la creación de productos turísticos vinculados al ecoturismo. Utilizándose dicho material para la creación de experiencias de ecoturismo en Sierra Nevada, especialmente como apoyo a la comercialización de los productos y paquetes turísticos que se han definido en cooperación con todos los actores implicados en el marco de la CETS.

- Se ha creado un banco de imágenes de Sierra Nevada, 30 fotografías de distintos autores y contenidos, para que los actores vinculados al proyecto puedan disponer de imágenes de calidad para la promoción del ecoturismo de Sierra Nevada en distintos soportes.
 - Se ha diseñado y promocionado el portal web www.ecoturismosierranevada.com como soporte de la oferta de ecoturismo en Sierra Nevada, al mismo tiempo que se apostado por difundir la oferta de ecoturismo en Sierra Nevada en el portal web www.soyecoturista.com, para lo que se ha diseñado y redactado (en español e inglés) las fichas necesarias para su inclusión en dicho portal.
 - Como impacto de dichos resultados podríamos destacar el incremento de forma sustancial de la sensibilización y concienciación de los participantes en torno a la oportunidad de desarrollar un modelo de turismo sostenible en el territorio como aspecto diferenciador de destino turístico, siendo conocedores de las claves para el desarrollo de experiencias turísticas en torno al ecoturismo en el Espacio Natural Protegido de Sierra Nevada lo que ha supuesto la apertura de nuevas perspectivas de acción en el área.
 - Destacando a su vez el impacto que ha supuesto la creación de las seis propuestas diseñadas de paquetes de ecoturismo en el Espacio Natural de Sierra Nevada, los cuales se han basado en la observación y apreciación de la naturaleza o de la cultura tradicional incluyendo elementos educativos y de interpretación, y han conseguido crear conciencia sobre la importancia de la conservación de los recursos naturales y culturales, tanto en los habitantes de la zona como en los visitantes. La premisa principal es disfrutar del paisaje y ser protagonista de actividades sin dañar el medio, sin dejar rastro. Lo que ha implicado una actitud responsable y comprometida con el desarrollo sostenible, minimizando al máximo los impactos negativos y potenciando la incidencia tan positiva que ello tiene sobre el medio ambiente.
 - Finalizar este apartado señalando los impactos alcanzados en el territorio relacionados con la incidencia del proyecto sobre el sector de población femenino y joven, destacando los surgidos como consecuencia del desarrollo del encuentro “Siempre viva Nevadendis: Las mujeres en una Sierra Nevada Sostenible” con el que se ha conseguido crear redes entre empresarias cuya actividad se desarrolla en el territorio del Parque Natural y Nacional de Sierra Nevada, la difusión de la Carta Europea de Turismo Sostenible del Espacio Natural Protegido de Sierra Nevada y los valores ambientales del mismo y el conocimiento de otras experiencias empresariales desarrolladas en el territorio, creando sinergias y acciones de cooperación entre ellas.
- **Análisis de resultados en el ámbito del Parque Nacional de Garajonay e isla de La Gomera.**
- Las empresas turísticas adheridas a la CETS en La Gomera, Aider La Gomera y gestores del Parque Nacional, junto a administraciones públicas de la isla y otros agentes implicados, han definido las características, componentes y empresas que podrán formar parte del producto ecoturístico, de tal manera que se favorezca al desarrollo local sostenible y su singularidad, así como la experiencia sensorial y emotiva del turista que nos visita.

- Partiendo de la base del significado de lo qué es un producto ecoturístico, se llegó a definir cómo debe ser el producto ecoturístico en La Gomera y se establecieron las acciones para avanzar en lo que será dicho producto en la isla. Las actividades desarrolladas han tenido un especial componente de participación, tanto del sector público como de empresas turísticas. Esta característica, de por sí innovadora por sus componentes participativos, ha permitido un notable enriquecimiento del producto.
- El resultado de todos los trabajos realizados son una serie de posibilidades de viajes de ecoturismo que se podrán ofrecer a los turistas, ya sea a través de la agencia de viajes física, o vía internet, y que son las siguientes: Tres propuestas de viajes cerradas para los turistas que buscan un viaje organizado; Elección de Alojamiento + Experiencias; Conocer La Gomera combinando varios alojamientos; Propuesta de Turismo Accesible; Elección de sólo alojamientos o sólo experiencias.
- Se ha elaborado un Catálogo para ofrecer las propuestas de viajes de ecoturismo a los viajeros y agencias de viajes (español, inglés y alemán). El catálogo debe ser enviado a las agencias de viajes de Europa para que puedan ofertar las experiencias de ecoturismo en la isla de La Gomera.
- La participación del Parque Nacional de Garajonay garantiza obtener “lugares ocultos” de la isla, con el objetivo de que los ecoturistas disfruten de lugares especiales desde la tranquilidad y la calidad de los recursos naturales y turísticos.
- Las propuestas de viaje están reforzadas por materiales específicos: Cuaderno de viaje; Cámara de fotografía Polaroid; Mapa turístico adaptado para propuestas de viaje; fichas de senderos autoguiados y miradores.
- La principal herramienta de promoción y comercialización de las propuestas de viaje debe ser la página web: www.GomeraExperience.com (web turística en español, inglés y alemán).
- Se trata de una web orientada a que los potenciales turistas que quieran visitar Canarias, conozcan las propuestas de ecoturismo en La Gomera, facilitando la reserva de las mismas. Ofrece información de La Gomera, del Parque Nacional de Garajonay, indicaciones para preparar el viaje paso a paso, ofertas y paquetes turísticos cerrados, actividades, alojamientos, además de información sobre el proyecto de Cooperación y sus participantes.
- Como valor añadido frente otras páginas, ofrece la oportunidad de conocer de forma sencilla la oferta de turismo accesible de la isla, así como recibir un mapa de La Gomera a domicilio, alquiler de tablets, cámaras de impresión instantánea (polaroid) o reservar una tarde con un guía de la isla para descubrir los lugares que sólo conocen los propios ciudadanos locales. Es una web preparada para incorporar nuevas experiencias que las empresas CETS en La Gomera quieran añadir entre los productos que ofertan.
- De forma complementaria, se ha trabajado también en un Diagnostico sectorial de la accesibilidad en equipamientos turísticos privados, lo que nos ha permitido conocer el estado actual de los equipamientos, y extrapolar una perspectiva general del estado actual de los equipamientos turísticos privados en la isla en lo relativo a los criterios de Accesibilidad Universal. En una segunda se trabajó en el diseño de un programa

de asesoramiento de manera que los empresarios pudieran elaborar planes de mejora y adaptación de sus instalaciones y servicios.

- Las empresas turísticas acreditadas con la CETS en La Gomera han conocido de primera mano y han participado activamente en todo el proceso de gestación de un Club de Ecoturismo a nivel de red nacional. Este aspecto de trabajo en red global y conocimiento directo refuerza el compromiso y la implicación de las empresas con la CETS.
- Para reforzar y contribuir a la imagen común del producto ecoturismo en España, se ha trabajado igualmente en el diseño y redacción de fichas del destino, de empresas y propuestas de viaje (en español e inglés) para su inclusión en el portal www.soyecoturista.com, portal que promociona de forma genérica la oferta de ecoturismo en España y que es gestionado por el ente gestor del Club de Producto de Ecoturismo a nivel nacional que es TUREBE.
- Tanto los objetivos y actividades globales como las experiencias de ecoturismo creadas en La Gomera son una motivación extra para mejorar y reforzar la organización a escala local del trabajo en red de las empresas turísticas de La Gomera. Los implicados son conscientes de que aún queda mucho trabajo por delante, pero existe la voluntad de finalizar con éxito esta iniciativa.

▪ **Análisis de resultados en el ámbito del Espacio Natural de Doñana.**

- El ámbito del Espacio Natural de Doñana comprende los territorios de Comarca Aljarafe-Doñana y Condado de Huelva.
- Una vez realizado el trabajo, podemos decir que el objetivo general de dinamización de la CETS (colaborar con la autoridad responsable de la ejecución, seguimiento y justificación del Plan de Acción de la CETS) se ha alcanzado en su totalidad, es decir, se han realizado actuaciones recogidas en el Plan de Acción, pero en cuanto al objetivo de visibilizar la CETS como instrumento útil para un desarrollo sostenible del turismo en los espacios naturales, en este sentido los empresarios siguen sin percibir claramente como la implantación de la CETS en sus actividades repercute en su actividad diaria.
- Como objetivos específicos, se marcaron la realización de determinadas actuaciones del Plan de Acción, y que se recogen en la memoria de actuaciones y actividades desarrolladas. En este sentido debemos indicar que se ha cumplido el objetivo de su ejecución, pero, tal y como se ha indicado en el párrafo anterior, no han conseguido totalmente que desde la sociedad en general, y desde el sector empresarial relacionado con el turismo, se vea a la CETS como una herramienta útil y que genera beneficios a sus actividades.
- Como se ha venido indicando en los puntos anteriores, gracias a la ejecución del proyecto se han conseguido ejecutar algunas de las acciones recogidas en el Plan de Acción de la CETS en el espacio natural de Doñana. Como resultados de dichas actuaciones se han conseguido los siguientes:

- Sensibilización empresarial.

- Cohesión entre las empresas del entorno de Doñana.
 - Propuesta de objetivos comunes.
 - Adaptación de las empresas adheridas a los parámetros de la CETS.
 - Promoción de la comarca como destino turístico.
 - Promoción de las empresas adheridas.
 - Aumento del turismo, derivado de la promoción.
- Los participantes del proyecto han sido principalmente las empresas turísticas adheridas a la CETS, aunque también han sido invitadas el resto de empresas, con objeto de conseguir su adhesión.
 - El impacto que ha tenido la realización de las actuaciones ha sido en general positivo, ya que se ha dotado a los empresarios de conocimientos, a través de los talleres y de la visita de intercambio, que han valorado positivamente; y de herramientas de promoción de las cuales hasta ahora no disponían, como la inclusión en el portal soyecoturista, los vídeos promocionales y la página web. Pero sin embargo, y al ser un proyecto con una duración y una financiación determinada, consideran que no se dota de un sistema o mecanismo que permita la continuidad de las actuaciones ni el seguimiento de los resultados a futuro. Las ven como otras actuaciones que se realizan de forma aislada y sin continuidad en el tiempo, por lo que lo que se ha conseguido se puede perder con el tiempo.

6.3. INCIDENCIA DEL PROYECTO SOBRE LOS SECTORES DE LA POBLACIÓN TALES COMO MUJERES, JÓVENES Y OTROS GRUPOS DE ESPECIAL CONSIDERACIÓN.

El proyecto pretendía tener una especial incidencia en sectores como los productores primarios y las pequeñas empresas agroalimentarias locales, de manera que sus productos pudieran integrarse en la cadena de suministro a las empresas turísticas participantes del club de ecoturismo.

El proyecto también pretendía mejorar la capacitación de los técnicos de los ENP, del sector empresarial y de la población local participante en este proyecto, manteniendo y aumentando el empleo local, especialmente de las mujeres y de los jóvenes.

Por ello, cumpliendo con los planteamientos del proyecto se ha considerado que todas las actividades ejecutadas, y especialmente las experiencias ecoturísticas diseñadas, pueden impulsar y originar una serie de efectos con incidencias altamente positivas en la fijación y mantenimiento de la población a los territorios, ayudando a paliar la migración femenina rural y sus consecuencias, al ampliar las posibles oportunidades de emprendeduría y empleo en empresas agroalimentarias, artesanales y de servicios turísticos (alojativos, de restauración...). Además, a través del impulso del ecoturismo se incide en el desarrollo de profesionales y empresas dedicadas a actividades de turismo de naturaleza, con lo que se potencia la creación y mantenimiento de empleo joven.

En concreto, se han trabajado acciones relacionadas con la accesibilidad en establecimientos turísticos, mujeres empresarias, integración del sector primario en las experiencias ecoturísticas, etc...

6.4. INCIDENCIA DEL PROYECTO SOBRE LA MEJORA DEL MEDIO AMBIENTE.

La Carta Europea de Turismo Sostenible en espacios protegidos, por definición, está íntimamente vinculada a la mejora del medio ambiente.

Por tanto, el desarrollo de un proyecto de dinamización de la CETS no hace sino reflejar una explícita voluntad en pro del Turismo Sostenible por parte de los territorios acreditados, a la vez que contribuye sustantivamente a promover la colaboración entre los diferentes agentes implicados en el desarrollo económico.

La aplicación de la CETS en el territorio supone una apuesta por las energías limpias, favorecer el transporte público, apostar por una reducción de la contaminación, rebajar el consumo de recursos naturales, gestión y tratamiento de los residuos, trabajar para recuperar el patrimonio natural, cultural e histórico y dotarlo de valor económico, rehabilitar y respetar las tradiciones arquitectónicas, e integrar en el paisaje las construcciones.

El funcionamiento en red de la oferta de ecoturismo sostenible avalada por la CETS pone en valor las buenas prácticas y los negocios más sostenibles, que serán los que mejor se promocionen con este proyecto de cooperación.

La participación de los empresarios a la Carta Europea de Turismo Sostenible implica un compromiso mutuo de colaboración entre el espacio natural protegido y los empresarios turísticos, que supondrá importantes beneficios para ambos. Los gestores del espacio natural protegido conseguirán sus objetivos de conservación a largo plazo mediante la implicación del sector empresarial en el uso sostenible del territorio y la empresa que voluntariamente se adhiera podrá mejorar su actividad reforzando la calidad de su oferta.

Las empresas aceptan los principios del turismo sostenible, realizan un diagnóstico de su actividad, y formular y ejecutar un programa de actuaciones basado en la mejora ambiental y social de su negocio con respecto a la sostenibilidad, realizando un seguimiento de estas actuaciones con el fin de mejorar de forma continua su contribución a la sostenibilidad del destino turístico. Además el uso sostenible de los recursos (energía, agua, etcétera), contribuyendo así a la lucha contra el cambio climático y a frenar la pérdida de biodiversidad.

7. EJECUCIÓN DE INDICADORES ESPECÍFICOS POR ACTIVIDAD EN LAS FASES I Y II DEL PROYECTO.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS	INDICADORES ESPECÍFICOS
<p>2010: Diseño metodológico y conceptual del Análisis de herramientas para mejorar el producto ecoturismo en Parques Nacionales con CETS.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan Estratégico de Ecoturismo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento elaborado de "Diseño metodológico y conceptual (Plan Estratégico de Ecoturismo)". - Nº total de actuaciones previstas por el Plan Estratégico: 30 actuaciones - Nº de actuaciones previstas para su posible ejecución en el marco del proyecto: 14 actuaciones. - Nº de actuaciones ejecutadas en el marco del proyecto: 8 actuaciones ejecutadas. - Nº de actuaciones ejecutadas por entidades ajenas al proyecto: 7 actuaciones ejecutadas.
<p>Trabajo de campo del Análisis de herramientas para mejorar el producto ecoturismo en Parques Nacionales con CETS.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2010: Trabajo de campo en cada territorio. - 2011: Homogeneización de la entrega final y conclusiones del trabajo de campo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos de desarrollo del "Trabajo de campo" en cada territorio y documentación homogeneizada conjunta. - Nº de preguntas del cuestionario sobre productos de ecoturismo (Análisis de demanda de ecoturismo): 20 preguntas. - Nº cuestionarios sobre productos de ecoturismo recogidos (Análisis de demanda de ecoturismo): 317 cuestionarios. - Nº de trip report analizados: 33 trip report. - Nº de portales y catálogos de turismo de naturaleza analizados: 67 portales o catálogos. - Nº de elementos de la oferta turística analizados: 270 elementos.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS	INDICADORES ESPECÍFICOS
<p>Viabilidad de estructura jurídica de gestión del club ecoturismo en Parques Nacionales con CETS.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2011: Contacto y análisis previos de modelos de clubes de producto existentes en España, y análisis conjunto del resultado de los talleres creativos. - 2011: Jornada de análisis de la estructura más adecuada para el Club de Ecoturismo en espacios naturales con CETS y participación en las V Jornadas de la Red de la CETS de España y Portugal. - 2012: Puntos clave del ente gestor del club ecoturismo en España. - 2012: Participación en el Congreso nacional de empresarios de turismo de Reservas de la Biosfera y Espacios Naturales Protegidos. - 2013: Convenio de colaboración entre Turebe y Aider La Gomera (Proyecto de Cooperación). 	<ul style="list-style-type: none"> - Memoria justificativa de actividades. - Nº de modelos de clubes de productos analizados: 3 modelos. - Nº de miembros del proyecto participantes en la Jornada de análisis de estructura para el club ecoturismo y participación en V Jornadas CETS de España y Portugal: 19 participantes. - Nº de representantes del proyecto participantes en el Congreso Nacional de Empresarios de Turismo de Reservas de la Biosfera y Espacios Naturales Protegidos: 3 representantes. - Creación de ente gestor del club de producto “Ecoturismo en España”: La AEI Turebe asume las funciones de ente gestor del club de producto “Ecoturismo en España”. - Convenio de colaboración firmado entre Turebe y Aider La Gomera.
<p>Creación de experiencia de ecoturismo en el P.N. Sierra Nevada.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2011: Taller creativo de la experiencia de ecoturismo en el Parque Nacional de Sierra Nevada. - 2012: Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Sierra Nevada. - 2013: Creación de experiencia de ecoturismo en el Espacio Natural Sierra Nevada 	<ul style="list-style-type: none"> - Memoria con programa y hoja de firmas de asistencia del Taller creativo. - Nº de asistentes al Taller creativo: 42 asistentes. - Memoria de ejecución y dossier de las actividades realizadas. - Nº de experiencias comercializadas: 6 experiencias. - Portal web creado para promoción y comercialización de experiencias: www.ecoturismosierranevada.com. - Materiales complementarios elaborados.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS	INDICADORES ESPECÍFICOS
<p>Creación de experiencia de ecoturismo en el P.N. Garajonay y La Gomera.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2011: Taller creativo de la experiencia de ecoturismo en el Parque Nacional de Garajonay. - 2012: Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Garajonay y La Gomera. - 2013: Creación de experiencia de ecoturismo en el Parque Nacional de Garajonay e Isla de La Gomera. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memoria con programa y hoja de firmas de asistencia del Taller creativo. - Nº de asistentes al Taller creativo: 14 asistentes. - Memoria de ejecución y dossier de las actividades realizadas. - Nº de experiencias comercializadas: 7 experiencias. - Portal web creado para promoción y comercialización de experiencias: www.gomeraexperience.com. - Materiales complementarios elaborados.
<p>Creación de experiencia de ecoturismo en el P.N. Doñana.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2011: Taller creativo de la experiencia de ecoturismo en el Parque Nacional de Doñana. - 2012: Profundización en la creación de la experiencia de ecoturismo en el P.N. Doñana. - 2013: Creación de experiencia de ecoturismo en el Espacio Natural de Doñana. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memoria con programa y hoja de firmas de asistencia del Taller creativo. - Nº de asistentes al Taller creativo: 26 asistentes. - Memoria de ejecución y dossier de las actividades realizadas. - Portal web creado para promoción y comercialización de experiencias: www.vivedonana.es. - Materiales complementarios elaborados.
<p>2010: Diagnóstico sectorial de la accesibilidad universal en equipamientos turísticos privados y programa piloto de asesoramiento para la adaptación al diseño universal de empresas turísticas en la isla de La Gomera.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nº de establecimientos participantes en los diagnósticos sectoriales: 18 establecimientos. - Nº de establecimientos participantes el programa piloto de asesoramiento: 7 establecimientos.
<p>2010: Intercambio de experiencia e información entre la comarca de Doñana y la comarca de La Garrotxa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Programa y hoja de firmas de asistencia. - Asistentes a la Visita de intercambio: 18 personas. - Asistentes al encuentro de conclusiones: 40 personas.
<p>2010: Jornadas “siempre viva nevadensis: las mujeres en una sierra nevada sostenible”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Programa y hoja de firmas de asistencia. - Nº de participantes totales: 65 participantes. - Grado de satisfacción participantes (media de puntuación): 4,3 puntos

ACTIVIDADES DESARROLLADAS	INDICADORES ESPECÍFICOS
2010: Jornadas de análisis: "Productos y paquetes turísticos en el Parque Nacional de Doñana".	<ul style="list-style-type: none"> - Programa y hoja de firmas de asistencia. - Nº horas acción formativa: 18 horas. - Nº alumnos/as totales: 29 participantes.
2010: Audiovisual "El espacio natural de Sierra Nevada, destino turístico sostenible".	<ul style="list-style-type: none"> - Producción audiovisual desarrollada.
2011: Seminario "Perspectivas de trabajo desde la Red de la Carta Europea de Turismo Sostenible.	<ul style="list-style-type: none"> - Memoria con programa y hoja de firmas de asistencia. - Nº asistentes al Seminario: 41 asistentes.
2012/13: Plan de Marketing del Producto de Ecoturismo en España.	<ul style="list-style-type: none"> - Documento elaborado del "Plan de Márketing". - Modalidades de ecoturismo identificados: 7 modalidades. - Tipos de estrategias de marketing desarrolladas: 3 tipos de estrategia. - Nº de actuaciones de marketing online y offline propuestas y detalladas por el Plan de Marketing: 36 propuestas. - Creación de marca del producto Ecoturismo en España: Soyecoturista.com.
2013: Acciones conjuntas de márketing de Ecoturismo: Campaña de comunicación en revistas especializadas.	<ul style="list-style-type: none"> - Nº de revistas especializadas de la campaña de comunicación: 3 revistas especializadas. - Nº de lectores potenciales y tirada revista <i>Viajes National Geographic</i>: 548.000 lectores mensuales (EGM 2013); 71.843 ejemplares. - Tirada revista <i>Quercus</i>: 16.000 ejemplares. - Nº de lectores potenciales revista <i>easyJet Traveller</i>: 4,6 millones de pasajeros mensuales.
2013: Acciones conjuntas de márketing de Ecoturismo: Folleto digital sobre Producto Ecoturismo.	<ul style="list-style-type: none"> - Folleto digital elaborado sobre Producto Ecoturismo.

8. ACCIONES LLEVADAS A CABO PARA LA PROMOCIÓN DEL PROYECTO Y SU DIVULGACIÓN A LA POBLACIÓN.

La comunicación y difusión del proyecto se planteó como una actuación de ejecución transversal en las cuatro anualidades, con incidencia en todas las actividades que se desarrollaran.

La primera actuación para la difusión del proyecto consistió en el diseño de una imagen corporativa para el proyecto de cooperación basada en el ecoturismo. Esta imagen se ha utilizado en todos los materiales producidos por el proyecto, tanto internos (memorias, documentos estratégicos, análisis, reuniones, etc.), como externos (materiales elaborados para la promoción del proyecto o de los destinos).

Como parte de esta imagen corporativa del proyecto se realizó el diseño y edición de carpetas específicas del proyecto que fueron empleadas en los diferentes eventos generados por el proyecto (seminarios, reuniones, jornadas, encuentros, intercambios de experiencias, etc.).

Precisamente, para este tipo de eventos el método de difusión empleado fue generalmente el contacto directo con los implicados (normalmente se trata de acciones dirigidas a colectivos específicos) a través de invitaciones personalizadas, contactos telefónicos, correo electrónico, redes sociales, etc., con el apoyo de las páginas web de los GDR socios y de las entidades colaboradoras. En algunos casos, se han enviado comunicados a los medios informando de los resultados de estos eventos.

Una vía importante de difusión general del proyecto, sus actividades y sus avances, sobre todo en lo que tiene ver con la viabilidad del ente gestor del Club ecoturismo, ha sido la participación e intervención de representantes del proyecto (GDR socios o colaboradores) en diferentes eventos relacionados con el turismo sostenible, ya fueran organizados en el marco del proyecto o por entidades ajenas al mismo:

- Seminario de Perspectivas de trabajo desde la Red CETS (Proyecto Coop.);
- Jornada de iniciativa innovadora de empleo en ENP (Europarc);
- Jornadas de la Red CETS de España y Portugal (Europarc);
- Congreso nacional de empresarios de turismo de Reservas de la Biosfera y Espacios Naturales Protegidos; Seminario permanente de la CETS (Ceneam);
- Red Europea de Ecoturismo (Turebe);
- Presentación Club Ecoturismo en Fitur (Turespaña - Turebe);
- Seminario permanente Club Ecoturismo en España (Ceneam);
- Foros CETS de cada espacio natural del proyecto.
- Etc.

A escala local, ha sido fundamental la difusión y comunicación fluida entre todos los agentes implicados en la creación de experiencias de ecoturismo en cada espacio natural (GDR socios del proyecto, gestores de los espacios naturales, administraciones locales, empresarios turísticos adheridos a la CETS, etc.). Todas estas actividades del proyecto de cooperación, han tenido un especial componente de participación, tanto del sector público como de empresas turísticas.

La difusión externa de los trabajos de creación de experiencias ecoturísticas ha estado supeditada a la finalización de estos trabajos. De este modo, la principal herramienta de promoción y comercialización de las propuestas de viajes de ecoturismo diseñadas en el proyecto son las páginas web creadas, así como el resto de materiales promocionales complementarios. Además de toda la información de promoción y de comercialización que ofrecen, también se recoge información sobre el propio proyecto de cooperación.

- Ecoturismosierranevada.com.
- GomeraExperience.com.
- Vivedonana.es.

Para determinadas actividades, y especialmente para el Plan de Marketing de Ecoturismo o la propia creación de experiencias ecoturísticas, también se realizaron en momentos clave acciones más intensas de difusión de estos trabajos, con comunicados de prensa, dossieres para los medios, intervenciones en programas o reportajes de radio o televisión, etc.

Finalmente, las acciones de marketing de ecoturismo ejecutadas son también, en sí mismas y principalmente, acciones de difusión del proyecto:

- Campaña de comunicación en revistas especializadas.
- Folleto digital sobre producto ecoturismo.