

# ambienta

## Turismo sostenibile



ISSN 1577949-1  
00118  
9 871577949009

n.º 118  
Marzo  
2017  
3 €

# Trabajamos en proyectos como Red-ITAA

chil innova Inicio | Documentos | Eventos | Fotos | Noticias | Blogs | Prensa | Ayuda Iniciar Sesión

Red-ITAA European Network of Innovation and Technology in the Agricultural and Food Sectors

HOME  
THE PROJECT  
PARTNERS  
ACTIVITIES  
RESULTS

Los miembros del proyecto

El objetivo general del proyecto es: El desarrollo de un portal de conocimiento para la Agroindustria en los tres países con la tecnología Web 2.0 y su uso como herramienta de apoyo a las organizaciones en este sector, con un enfoque de colaboración.

Mapa Satélite Aliviar

France  
France  
Toulouse  
Marsel  
Andorra  
Zaragoza  
Barcelona  
España (Spain)  
Porto  
Portugal

SUDOE  
Programa de Cooperación Territorial  
Programa de Cooperación Territorial  
Programa de Cooperación Territorial

RED-ITAA en imágenes

**Para que nuestro sistema agroalimentario  
y el medio ambiente sean más sostenibles:  
Todo es cuestión de conocimiento.**

**Conócelo en**

**<http://www.chil.org/innova/group/red-ita>**

**y piensa lo que puedes hacer con él.  
Verás que es mucho**

**ambienta****118 / Marzo 2017****Edita:**

Secretaría General Técnica  
Ministerio de Agricultura y Pesca,  
Alimentación y Medio Ambiente

**Directora de la Revista:**

Maribel del Álamo Gómez

**Portada:**

Álvaro López

**Redacción:**

Plaza de San Juan de la Cruz, s/n.  
28071 Madrid  
Tel.: 91 597 67 96

**Consejo Asesor:**

Presidente:  
Alfonso Codes Calatrava

**Vocales:**

Maribel del Álamo Gómez  
Rubén García Nuevo  
Antonio Gómez Sal  
Esteban Hernández Bermejo  
Carlos Hernández Díaz Ambrona  
Fernando López Ramón  
Eduardo Martínez de Pisón  
Ángel Menéndez Rexach  
Eduardo Moyano Estrada  
José Miguel Muñoz López



Depósito Legal: M-22694-2001

ISSN: 1577-9491

NIPO: 280-15-036-1

NIPO WEB: 280-15-035-6

Esta Publicación no se hace necesariamente solidaria con las opiniones expresadas en las colaboraciones firmadas. Esta revista se imprime en papel 100% reciclado.




---

**02** **Escriben en este número de Ambianta...**

**06** **Ecoturismo en Parques Nacionales: descubre lo mejor de la naturaleza española**

**Montserrat Fernández San Miguel y Ricardo Blanco**

**20** **Caminos Naturales, una apuesta por la dinamización del medio rural**

**Esperanza Orellana Moraleda**

**30** **El desarrollo sostenible del turismo en el Derecho español**

**Omar Bouazza Ariño**

**40** **Rutas del Vino en España: enoturismo de calidad como motor de desarrollo sostenible**

**Rosario Hernández Romero**

**50** **Nuevos tiempos para las poblaciones oseras ibéricas**

**Fundación Oso Pardo**

**58** **Laboratorio Atlántico de Turismo: competitividad, innovación y gobernanza en Canarias**

**P. Díaz, A. Santana, E. Parra y F.J. Calero**

**66** **El reto de compatibilizar deportes de montaña y conservación: criterios y experiencias en la Sierra de Guadarrama**

**J. Benayas, M. Faucha y M. Oñorbe**

**80** **Turismo rural de base comunitaria en el asentamiento de Jacaré Curitiba-Sergipe/Brasil**

**Instituto Brasileño de Desarrollo y Sostenibilidad**

**92** **Desarrollo turístico sostenible en áreas rurales desde el punto de vista empresarial**

**María Blázquez Hidalgo**

---



### Javier Benayas del Álamo

Profesor Titular del Departamento de Ecología de la Universidad Autónoma de Madrid y miembro del equipo de investigación "Laboratorio de Socioecosistemas". Actualmente es Subdirector del Instituto Interuniversitario de Investigación Avanzada sobre Evaluación de la Ciencia y la Universidad (INAEUC) y miembro del Consejo Asesor de la Red Española para el Desarrollo Sostenible (REDS). También es codirector del "Máster en Gestión de Espacios Naturales Protegidos" que imparte la Fundación Fernando González Bernáldez y las Universidades Autónoma, Complutense y Alcalá de Madrid. Ha sido el responsable de proyectos de investigación básica y aplicada relacionados con la gestión de actividades de uso público en espacios naturales protegidos en España y Latinoamérica. Actualmente está implicado en un proyecto para evaluar los impactos del turismo en la Antártida.



### Ricardo Blanco Portillo

Es biólogo y técnico facultativo superior de Organismos Autónomos del Ministerio de Medio Ambiente. Trabajó como jefe de uso público en el Parque Nacional de la Caldera de Taburiente y en el P. Nacional de Sierra Nevada. Actualmente es Jefe del área de Turismo Sostenible de la Subdirección General de Desarrollo y Sostenibilidad Turística de la Secretaría de Estado de Turismo (Ministerio de Energía, Tu-

rismo y Agenda Digital), donde lleva a cabo actuaciones para mejorar la sostenibilidad turística de productos y destinos. Es miembro del comité de verificación de la norma de calidad turística para espacios protegidos. Se ha especializado en turismo sostenible, medio ambiente y desarrollo rural, habiendo participado en numerosos estudios y trabajos sobre estas líneas de actuación.



### María Blázquez Hidalgo

Licenciada en Dirección y Administración de Empresas y Diplomada en Turismo, por la Universidad Antonio de Nebrija, completó su formación académica con los cursos de Doctorado en Turismo. Su clara vocación dirigida hacia el desarrollo del turismo responsable y sostenible, hizo que continuara investigando y estudiando para presentar mi tesina doctoral con el título "Desarrollo de un modelo científico para determinar cuándo un destino turístico ya no es sostenible", obteniendo el Diploma de Estudios Avanzados (DEA). Con más de 10 años de experiencia profesional en gestión de proyectos, su perfil profesional está relacionado con la dirección y gestión de entidades asociativas, promoción del turismo, diseño y desarrollo de proyectos, desarrollo sostenible y optimización de recursos. Actualmente ocupó el puesto de Responsable de Proyectos e Innovación en el Cluster del Turismo de Extremadura (8 años). Bajo su coordinación, se ha obtenido financiación para poner en marcha más de 30 proyectos de cooperación empresarial. Entre ellos, 5 proyectos europeos (de los cuales 2 son Erasmus +) Cuenta con una amplia experiencia en gestión y coordinación de actuaciones en asociaciones con agentes multisectoriales, diseño, gestión, desarrollo y justificación de proyectos y elaboración y gestión de planes de mejora para PYMES del sector turístico.



### Omar Bouazza Ariño

Es Doctor en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), en la que es profesor titular de Derecho administrativo, y es especialista en Derecho administrativo, Derecho del turismo y de la ordenación del territorio, Derecho del Medio Ambiente, revisión jurisdiccional de la actividad de la Administración y Derechos Humanos. Ha publicado tres libros referidos al impacto del sector turístico en la ordenación del territorio: *Ordenación del Territorio y Turismo (un modelo de desarrollo sostenible del turismo desde la ordenación del territorio)*, Atelier, Barcelona, 2006; *Planificación Turística Autónoma*, Reus, Madrid, 2007; y *La planificación territorial en Gran Bretaña (especial referencia al sector turístico)*, Thomson-Civitas, Cizur Menor (Navarra), 2009. Además, ha publicado numerosos artículos doctrinales y capítulos de libro sobre este tema: "Protección del medio ambiente, fiscalidad ambiental y turismo". Ha desarrollado sucesivas estancias de investigación en la Universidad de Oxford (Reino Unido) y en la Universidad de Lovaina (Bélgica).



### Francisco J. Calero García

Es Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Máster en Banca y Finanzas y en Gestión Universitaria. Profesor titular de economía financiera y Contabilidad en la Universidad de La Laguna (Tenerife). Sus líneas de investigación se centran en la rentabilidad en el sector turístico, así como en mer-

cados y productos financieros y financiación de la empresa. Además de diversos artículos y capítulos, es autor de de varios libros especializados en economía y turismo, como *Gestión y Dirección de Empresas Turísticas*, *Contabilidad de la Empresa Turística*, *Situación actual, implicaciones y Perspectivas futuras del turismo en Canarias* o *Innovación en la Empresa Canaria: Nuevo Reto para el s. XXI* (premio Fyde CajaCanarias), entre otros.



### Pablo Díaz Rodríguez

Es Doctor en Antropología y Máster en Investigación Social aplicada al Medio Ambiente por la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Es miembro del equipo transdisciplinar de investigación 'Sistemas socioecológicos, Paisaje y Desarrollo local (ADAPTA)' de la Univ. Complutense de Madrid y el Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales de la Univ. de La Laguna (Tenerife), especializado en investigación ambiental y turismo como aplicaciones de la antropología y la ciencia ecológica. Autor de libros especializados en socioecología y turismo aplicado a la sustentabilidad, como *Tourism as a Challenge* (2014), *Tourism as a tool for Development* (2014) o *Temas de Investigación avanzada en Turismo Sostenible y TIC* (2016) y de múltiples capítulos y artículos científicos (*Env. Conservation, Environm. Pol. & Governance, Urban Ecosystems, WIT Transact. Ecol. and Environm., ...*).



### Miguel Faucha Museo

Graduado en Ciencias Ambientales por la Universidad Autónoma de Madrid. Realizó el Trabajo de Fin de Grado con el Departamento de Ecología de dicha universidad acerca de las competiciones deportivas en la Sierra de Guadarrama, teniendo como resultado la publicación del documento *Análisis de la problemática y gestión de las competiciones deportivas en el Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama*. Actualmente colabora con el Equipo de Investigación en Gestión del Uso Público en Espacios Naturales Protegidos (Laboratorio de Socioecosistemas) del Departamento de Ecología de la Universidad Autónoma de Madrid, en la realización de informes ambientales previos de competiciones de orientación de la Federación Madrileña de Orientación y documentos de requisitos ambientales para este tipo de pruebas.



### Montserrat Fernández San Miguel

Licenciada en Ciencias Geológicas por la Universidad de Granada y especialista en hidrogeología y materias medioambientales. Funcionaria de carrera de la Administración General del Estado desde el año 1982. Actualmente ocupa el puesto de Directora Adjunta del Organismo Autónomo Parques Nacionales (OAPN). Durante su trayectoria profesional ha compatibilizado tareas de dirección y gestión con una amplia actividad docente e investigadora en temas medioambientales y de

sostenibilidad. Ha trabajado en diversas instituciones y centros de investigación como el CIEMAT, responsabilizándose de los departamentos de estudios de energía. Ocupó el puesto de Directora de Programas Medioambientales de la Escuela de Organización Industrial en diversos países de Sudamérica, donde desarrolló también una importante labor formativa en cursos de postgrado y masters. Representante del Gobierno de España en diversos grupos de trabajo del Consejo de la Unión Europea, la Comisión Europea y la Organización de Naciones Unidas para el desarrollo de normativa energética, de recursos y medioambiental. Es autora de artículos y ponencias sobre Hidrología, Energía y Medio Ambiente. En la actualidad realiza tareas de dirección y gestión de recursos humanos y financieros en el OAPN. Responsable de diversos Convenios de Colaboración, CCAA, IDAE, ONCE, IGME, UNIVERSIDADES... Coordinadora de infraestructuras en los Parques Nacionales. Dirige el programa de investigación, voluntariado y subvenciones del Organismo. Responsable de los planes de gestión de recursos energéticos en fincas y edificios del OAPN. Entre 2007- 2012 fue Subdirectora General adjunta de Calidad Ambiental del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino.

Representa a España en diferentes grupos y comisiones de la UE y de Naciones Unidas como: Representante del EB para el Convenio de Ginebra; Representante del grupo de Energía para la Cumbre de Desarrollo Sostenible CDS; Representante España en Programa Reservas Biosfera en UNESCO; Representante España en Congreso Mundial Parques Nacionales en Australia.



### Rosario Hernández Romero

Técnica de Proyectos en el área de Desarrollo Local del Ayuntamiento de Alcázar de San Juan desde el año 1996. Trabaja en proyectos de empleo, formación, promoción económica y desarrollo turístico tanto del Ayto. de Alcázar como de la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) que está presidida por el citado Ayuntamiento. Desde el año

2005 coordina la Oficina Técnica de ACEVIN y el Club de Producto Turístico Rutas del Vino de España.

Las Rutas del Vino de España son un proyecto de desarrollo turístico y local basado en la cooperación público-privada que surge en el año 2001 a iniciativa de ACEVIN y con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo. En la actualidad el Club de Producto Rutas del Vino de España es uno de los Clubes de Producto Turístico más consolidados del país, cuenta con 27 destinos vitivinícolas o Rutas del Vino y es referente nacional en materia enoturística.



### IABS, Instituto Brasileño de Desarrollo y Sostenibilidad

Creado en 2003, el IABS es una Organización de la Sociedad Civil de Interés Público (OSCIPI) en Brasil. Su objetivo permanente es contribuir al bienestar social, el desarrollo sostenible y la reducción de las desigualdades a nivel local, regional, nacional e internacional. En sus acciones, tiene en cuenta la salud y la calidad del medio ambiente, el desarrollo y el fortalecimiento institucional, la protección del patrimonio natural y cultural, la mejora de la calidad de vida y la garantía de acceso a tales beneficios a las generaciones presentes y futuras.

El IABS cree que el desarrollo global, a pesar de ser amplio, se introduce y materializa en el ámbito local, de una forma esencial y próxima a quien realmente vive este proceso. No es simplemente una reflexión genérica de un modelo nacional o regional, sino más bien un proceso en el que los actores se deben empoderar para la formulación, decisión y aplicación de los caminos de su propio desarrollo.

Es en este contexto donde IABS propone crear, junto con sus socios y la comunidad beneficiaria, acciones efectivas de fortalecimiento institucional, diálogo social, y alternativas

económicas y socio-ambientales. Creemos que la pobreza, la falta de ciudadanía y la exclusión social en todos sus aspectos, todavía afectan a gran parte de la población mundial e inhiben cualquier forma de desarrollo que sea sostenible. Nuestras actividades se organizan en los principales temas de proyectos: Turismo Sostenible, Desarrollo Rural y Tecnologías Sociales, Medio Ambiente y Áreas Protegidas, Diálogos Sociales y Gestión de Conflictos, Energía Inclusiva, Acuicultura y Pesca Sostenibles.



### Manuel Oñorbe Esparraguera

Licenciado en Biología en la UCM. *Master of Arts in Geomatics* (Carleton University). *Master en Impacto Ambiental* (UCM). *Master en Sistemas Integrados de Calidad, Medio Ambiente y Riesgos Laborales* (UNED). Ha participado y/o coordinado un amplio espectro de proyectos relacionados con la gestión, conservación y uso sostenible del medio natural, tanto desde el prisma de la consultoría privada, como Tercer Sector y Administración. Desde el año 2015 es funcionario de carrera del MAPAMA. Colaborador del Departamento de Ecología de la UAM. Autor de más de una veintena de artículos en revistas y editor del blog sobre deporte y medio ambiente [manuelmedioambiente.wordpress.com](http://manuelmedioambiente.wordpress.com)



### M. Esperanza de Orellana Moraleda

Licenciada en Veterinaria por la Universidad Complutense de Madrid. Es miembro del Cuerpo Nacional Veterinario desde 1987.

Desde diciembre de 2016 es Directora general de Desarrollo Rural y Política Forestal del MAPAMA.

Desde septiembre 2014 hasta diciembre 2016 fue Subdirectora general de Promoción Alimentaria, responsable de políticas y programas de promoción de alimentos españoles en mercados interior e internacional.

En julio de 2008: Subdirectora general de Productos Ganaderos. Aplicación de políticas agrícolas y de gestión de producciones y mercados de todos los sectores ganaderos. Asume en 2010 las competencias de bienestar animal. Negocia las reformas de la PAC de los periodos 2008-2013, y 2014-2020. Participa en la aplicación de normas comunitarias en materia de protección ganadera. Desde 2005 hasta febrero de 2007 fue Subdirectora de Mercados Exteriores y Producciones Porcina, Avícola y Otras. Negociaba acuerdos sanitarios para exportación a países terceros de productos de origen animal. En noviembre de 2002: Subdirectora de Porcino, Avicultura y otras Producciones Ganaderas. Responsable de las políticas de ordenación y gestión de producciones y mercados para porcino, avícola, cunícola, apícola, equino y otros.



### Fundación Oso Pardo

La Fundación Oso Pardo (FOP) cumple 25 años! Fundada en 1992, es una ONG conservacionista creada con el objetivo de contribuir al estudio y conservación del oso pardo, de su hábitat y del entorno cultural en el que se desenvuelve esta especie amenazada.

El estudio y la conservación del oso pardo conforman el eje sobre el que gira el conjunto de su actividad. Pero dado que esta especie amenazada es una de las más conocidas y queridas a nivel popular de toda la fauna ibérica, y que su presencia es el mejor indicador biológico del buen estado de conservación del territorio que habita, las actuaciones emprendidas por la FOP tienen en la práctica una amplia repercusión conservacionista y social, afectando muy positivamente al desarrollo sostenible de las comarcas oseras y al conjunto de la biodiversidad cantábrica y pirenaica.

La labor de la FOP se extiende a campos como la conservación y restauración de hábitats de elevado interés para la especie, el seguimiento de la población osera, la investigación aplicada a la gestión o la lucha contra el furtivismo. La educación ambiental y el fomento de la imagen positiva del oso como elemento dinamizador de las áreas rurales, son igualmente líneas básicas de actuación de la FOP. La sede central de la FOP está en Santander, y ahí se ubican las áreas administrativa y contable, y se centraliza el trabajo de organización y planificación de los equipos directivo y técnico. También se cuenta con sedes operativas en la Cordillera Cantábrica: en Pola de Somiedo y Cangas del Narcea (Asturias), Villablino (León) y Cervera de Pisuerga (Palencia), y en el municipio pirenaico de Alt Àneu (Lleida). [www.fundacionoso-pardo.org](http://www.fundacionoso-pardo.org)



### Eduardo Parra López

Doctorado en Empresariales. Presidente de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). Profesor de Economía Digital, Organización de empresas y turismo. Profesor de la Cátedra de Turismo de la Universidad de La Laguna (ULL, Tenerife), patrocinada por ASHOTEL y CajaCanarias, asimismo es profesor investigador del Instituto de Ciencias Políticas y sociales de la ULL. Es profesor de Dirección de Empresas y Dirección Estratégica en el Grado de Turismo de la ULL. De igual forma imparte docencia en el Postgrado de Dirección y Planificación de Turismo de la ULL en E-commerce. Ha sido profesor visitante de las Universidades de Valencia, Málaga, Vigo y Oviedo, impartiendo docencia en Social Media aplicado al turismo y E-commerce. Actualmente es Director del Programa de Postgrado en Redes Sociales y comunidades Virtuales de la ULL.



### Agustín Santana Talavera

Es Doctor en Antropología Social. Profesor Titular de Universidad de la Universidad de La Laguna (Tenerife) y Director del Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales en la misma universidad. Sus líneas de investigación se enmarcan en la Antropología del Turismo, lo cual se muestra varios libros y en una amplia producción de artículos en revistas nacionales e internacionales, desde 1983, así como colaboraciones con capítulos en diversos libros científicos. Es fundador y director de PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, e-revista ([www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org)) internacional y de carácter multidisciplinar.



Las 1.000 caras  
de nuestra leche y productos lácteos



Por su sabor. Por su calidad. Por su variedad.

Toma **3** raciones  
al día.



inLac



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA Y PESCA,  
ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

# Ecoturismo en Parques Nacionales: descubre lo mejor de la naturaleza española

Monserrat Fernández San Miguel<sup>1</sup> y Ricardo Blanco Portillo<sup>2</sup>

(1) OAPN. (2) SETUR

## LA NATURALEZA, UNA RAZÓN PARA VIAJAR

La naturaleza de un país es uno de los principales factores que motivan los viajes, ya que la variedad de paisajes o ecosistemas bien conservados actúan como atractivo básico de los destinos turísticos, sobre todo para el turismo de naturaleza. El buen estado de conservación de los espacios protegidos, su diversidad y el valor de sus recursos naturales, son tres de los aspectos más valorados en la elección de un destino de turismo de naturaleza.

España alberga un enorme capital natural que puede ser mejor aprovechado para generar ingresos y empleo, asegurando la sostenibilidad a medio plazo del modelo turístico. No obstante, es el país europeo con mayor biodiversidad y porcentaje de superficie protegida con un 27% incluido en la Red Natura 2000. La Red de Parques Nacionales destaca por la relevancia y singularidad de su patrimonio natural y cultural, junto con las 48 Reservas de la Biosfera Españolas (1ª posición mundial), los 11 geoparques (2ª posición mundial), y los más de 1900 espacios protegidos declarados.

La Red de Parques Nacionales es la muestra mejor conservada de los ecosistemas represen-

tativos del patrimonio natural español. Está conformada por 15 Parques Nacionales ubicados en 12 comunidades autónomas, 19 provincias españolas y 168 municipios (que vienen a constituir lo que se denominan las Áreas de Influencia Socioeconómica o AIS por sus siglas) en los que viven casi un millón y medio de habitantes. Sin embargo, no alcanzan a ocupar el 1% del territorio nacional. Todos ellos están incluidos en la Red Natura 2000 europea, 10 son además la zona núcleo de Reservas de Biosfera de la UNESCO, 4 son sitios Patrimonio de la Humanidad Natural, 4 están en la Lista de Humedales de Importancia Internacional Ramsar, 1 es Zona Especial de Protección para el Mediterráneo, 1 es Zona OSPAR y 2 forman parte de la Lista Verde de la UICN.

En el último año, casi 15 millones de personas visitaron estos exclusivos territorios. Lugares únicos, protegidos para su conservación y para el disfrute de sus visitantes, cuyas bases legales cumplieron 100 años en 2016. Un largo periodo que ha permitido desarrollar una estrategia dotada de herramientas legales, equipos de expertos profesionales y recursos económicos, que permite compatibilizar este binomio conservación-disfrute del que las empresas de ecoturismo pueden beneficiarse ofreciendo experiencias inolvidables a los visitantes de los



Parques Nacionales. Una alternativa más para el desarrollo del medio rural de una forma sostenible y sostenida en torno a estos espacios.

### UNA DEMANDA TURÍSTICA EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

En los últimos años se asiste a un aumento del interés de las personas por viajar a áreas naturales y disfrutar de experiencias de ecoturismo. Este hecho se basa en unas marcadas preferencias de la demanda por realizar un consumo más responsable. Son consumidores con unas características similares en los países de nuestro entorno geográfico: buscan autenticidad, rela-

ciones humanas, el crecimiento personal y tienen conciencia social. Los turistas quieren vivir experiencias auténticas, relacionarse y descubrir a la población local de los destinos. Una parte de estos turistas desean que su viaje sirva para mejorar la calidad de vida en el destino y para preservar su patrimonio.

En España, el Plan Nacional e Integral del Turismo estimó 35 millones de pernoctaciones anuales asociadas al turismo de naturaleza. Además, se calcula que más de 500 000 turistas internacionales se desplazan a España para realizar turismo de montaña. Los segmentos de demanda de mayor relevancia para el ecoturismo –turismo rural, paisaje y naturaleza– ya

Parque Nacional de las Islas Atlánticas. Foto: José Antonio Fernández Bouzas.

RECONOCIMIENTOS Y CERTIFICACIONES	RED NATURAL 2000 (1)	RESERVA DE LA BIOSFERA (2)	DIPLOMA EUROPEO (3)	PATRIMONIO HUMANO (4)	RAMSAR (5)	ZEPIM (6)	OSPAR (7)	CARTA EUROPEA (8)	ISO 14001 (9)	EMAS (10)	Q DE CALIDAD TURÍSTICA (11)	GEO PARQUE (12)	LISTA VERDE (13)
Aiguestortes i Estany de Sant Maurici													
Archipiélago de Cabrera													
Cabañeros													
Calders de Taburiente													
Doñana													
Garajonay													
Islas Atlánticas de Galicia													
Montfragüe													
Ordesa y Monte Perdido													
Picos de Europa													
Sierra de Guadarrama													
Sierra Nevada													
Tablas de Dalmiel													
Teide													
Timanfaya													

aportaban casi un 6% de los ingresos y de las estancias/pernoctaciones del conjunto del mercado turístico español. También se estima que entre un 5 y un 6 % del tráfico turístico español al extranjero tiene motivación ecoturística prioritaria o “pura”.

El ecoturismo es un producto que puede servir para captar nuevos segmentos de la demanda, sobre todo en los mercados emisores cercanos centroeuropeos, pero también en otros mercados más lejanos.

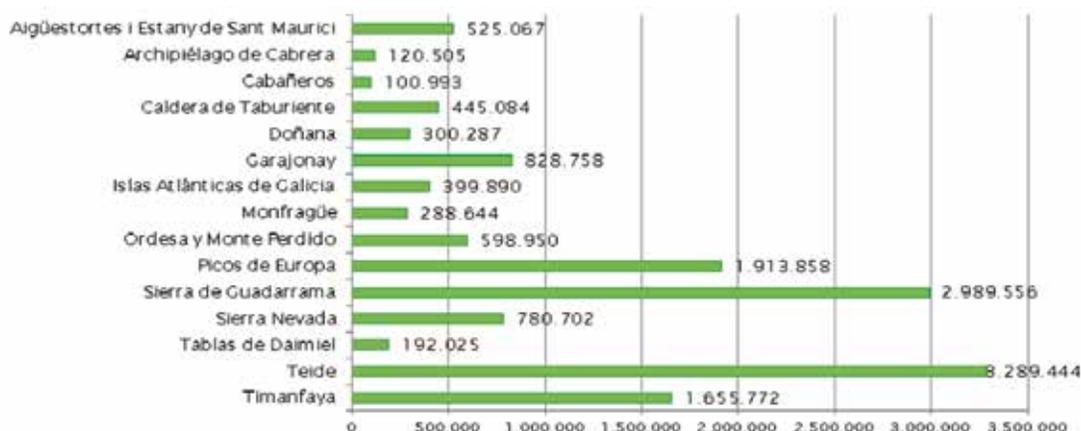
Sin embargo, aún son escasos los turistas que asumen una responsabilidad con su comportamiento en los destinos turísticos, y todavía son minoría los que eligen los servicios de empresas que aplican buenas prácticas, de ahí la necesidad de promocionar adecuadamente a nivel nacional e internacional el producto ecoturismo y su red de destinos, comunicar mejor a los turistas los aspectos de gestión de los espacios naturales y los programas de conservación, y sobre todo informarles de las ventajas de practicar ecoturismo como son: reconectar con la naturaleza, contribuir a la conservación de la biodiversidad, o mejorar su calidad de vida.

Las barreras para el consumo de la oferta turística sostenible son la escasez de esta oferta,

la dificultad para encontrarla en la promoción convencional que se suele hacer, y en algunos mercados el factor precio. El público considera que ha de ser la industria turística (sector privado y las administraciones) la que lidere la sostenibilidad.

El Organismo Autónomo Parques Nacionales posee una serie extensa de datos para medir la evolución de las visitas y un cuestionario común para la Red de Parques Nacionales, que permite conocer la distribución de visitantes y sus características, funcionando como un termómetro de la afluencia turística a los espacios protegidos de nuestro país.

Los Parques Nacionales han suscitado siempre un interés entre los visitantes nacionales e internacionales que aumenta con el paso de los años. En la actualidad, la mayor parte de los visitantes de la Red son nacionales con excepción de alguno de los Parques Nacionales canarios donde el número de turistas extranjeros supera al de los nacionales. No obstante, la variabilidad de visitantes en los diferentes Parques de la Red y su presencia en los mismos a lo largo del año es enorme. Hay Parques Nacionales que difícilmente alcanzan los 100 000 visitantes, como es el caso de Cabañeros y otros que superan permanentemente los 3 millones como ocurre en el Teide o en la Sierra de Guadarrama.



Fuente: datos aportados por las entidades gestoras de los Parques Nacionales.

El gráfico anterior incluye los datos de visitantes a cada uno de los Parques Nacionales en el año 2015.

Además, encontramos Parques Nacionales con una marcada estacionalidad, concentrándose sus visitantes en fechas clave como la Semana Santa como en el caso de Monfragüe o a principio del otoño, coincidiendo con la berrea del ciervo, como ocurre en Cabañeros. Otros Parques presentan tenencias más homogéneas a lo largo de todo el año como es el caso nuevamente de los ubicados en el archipiélago canario. A las circunstancias de localización, accesibilidad, cercanía a grandes ciudades, proximidad a otros puntos de interés turístico, entre otras cualidades que marcan la idiosincrasia de cada Parque Nacional, que hacen variar la cantidad y homogeneidad de visitantes que reciben, hay que añadir la tipología de paisajes, valores y recursos que ofrece cada Parque Nacional así como las preferencias e intereses de los visitantes, turistas o ecoturistas que se adentran en sus territorios.

Por tanto, una amplia gama de personas y grupos de personas interesadas en la contemplación de estos espacios, destacando aquellos con edades entre 35 y 55, estudios medios o superiores, empleados, con salarios medios o medios-altos que fundamentalmente quieren realizar actividades de contemplación de la naturaleza como la fotografía o la observación de paisajes, fauna o flora, o simplemente pasear.

La Red de Parques Nacionales pretende satisfacer las necesidades de sus visitantes y los datos recabados al respecto demuestran que lo realiza y con creces, ya que los visitantes de la Red puntúan sobresaliente la calidad de la visita a los Parques Nacionales.

### UN MARCO INSTITUCIONAL PROPICIO

La Organización Mundial de Turismo (OMT) ha declarado 2017 como Año Internacional del turismo sostenible para el desarrollo, recordándonos que este concepto es transversal y que puede aplicarse a todos los productos turísticos. El turismo sostenible es aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

**España alberga un enorme capital natural que puede ser mejor aprovechado para generar ingresos y empleo, asegurando la sostenibilidad a medio plazo del modelo turístico**

**La Red de Parques Nacionales pretende satisfacer las necesidades de sus visitantes y los datos recabados al respecto demuestran que lo realiza y con creces, ya que los visitantes de la Red puntúan sobresaliente la calidad de la visita a los Parques Nacionales**

Para la Secretaría de Estado de Turismo del Gobierno de España, la sostenibilidad del turismo es un conjunto de medidas a aplicar en la dimensión económica, social, ambiental y de gobernanza, incorporando la participación de todos los actores que intervienen en la producción turística de un territorio.

El ecoturismo es el viaje a un área natural para conocerla, interpretarla, disfrutarla y recorrerla al tiempo que se aprecia y contribuye de forma práctica a su conservación, sin generar impactos sobre el medio y repercutiendo positivamente en la población local. Este producto ha liderado la introducción de medidas que mejoran la sostenibilidad del sector turístico, y se basa en una rigurosa planificación del recurso principal, que son los espacios protegidos, donde los criterios de conservación priman sobre los de uso turístico.

Fruto de este enfoque la Secretaría de Estado de Turismo y el Organismo Autónomo Parques Nacionales firmaron el “Protocolo de colaboración para el fomento del producto ecoturismo en la Red de Parques Nacionales y en la Red de Reservas de la Biosfera Españolas”, que tiene la vocación de servir de referencia a la gestión del ecoturismo en los espacios naturales.

Con motivo de conmemorar el Centenario de la declaración de la primera ley de Parques Nacionales en España, se celebró, en 2016 en

Daimiel, el I Congreso Nacional de Ecoturismo, que ha agrupado a 180 representantes de los actores implicados en su impulso en España y que ha dado como fruto la Declaración de Ecoturismo de Daimiel, una auténtica hoja de ruta para el sector. La declaración fue el resultado de todo un proceso preparatorio realizado con los actores implicados: comisión de seguimiento del mencionado protocolo, Directores de los Parques Nacionales, Grupo de Turismo Sostenible de la Mesa de Directores Generales de Turismo y 4º Seminario permanente del Club Ecoturismo en España del CENEAM-OAPN.

Los Parques Nacionales y las Reservas de Biosfera se esfuerzan cada día en seguir abanderando el ecoturismo de este país desarrollando herramientas estratégicas que afiancen esta actividad en sus entornos como una alternativa más para crear empleo y fijar población ligada a formas de vida de calidad y en armonía con la conservación de la naturaleza.

La ley de Parques Nacionales y los instrumentos que de ella derivan como el Plan Director de la Red de Parques Nacionales establecen las bases para adecuar la presión de los visitantes sobre sus valores naturales.

Los Parques Nacionales por su lado desarrollan, de forma participada, planes de gestión (denominados PRUG por sus siglas de Planes Rectores de Uso y Gestión), que establecen la zonificación dentro de los límites del Parque en función de la sensibilidad de sus ecosistemas a la presión de la visita. Así, las zonas más sensibles estarán dentro de las Zonas de Reserva, es decir, no son capaces de soportar la presión ejercida por el público visitante, siendo tan solo accesibles por motivos de gestión del espacio. Las Zonas de Uso Restringido, presentan una sensibilidad tal que los visitantes podrán contemplar los valores del Parque a pie sin poder abandonar los senderos establecidos para ello. Las zonas de Uso Moderado sin embargo son aquellas en las que el medio es capaz de acoger un uso público más distendido por su superficie.



Desde el Organismo Autónomo Parques Nacionales y desde los propios Parques Nacionales se viene invirtiendo en la creación y mantenimiento de una variada oferta de infraestructuras y recursos destinados a su visita: senderos, señalización, miradores, observatorios, centros de visitantes y puntos de información, así como en la elaboración de folletos informativos, mapas, guías de visita, guías para la observación de la flora y la fauna del Parque, entre otros. Se invierte también en una oferta de servicios como el de interpretación y educación ambiental o el de capacitación de los profesionales de sus áreas de influencia socioeconómica como los cursos destinados a guías turísticos.

Además de una adecuada zonificación, estudios de la capacidad de acogida de los Parques, un buen diseño del modelo de visita y la complicidad y el respeto de la población local y los visitantes, permiten que estos espacios tan singulares puedan visitarse sin deteriorarse. De este modo, los Parques Nacionales se conforman como lugares ejemplares para el desarrollo del ecoturismo.

### ECOTURISMO, EL PRODUCTO TURÍSTICO MÁS BENEFICIOSO PARA LA NATURALEZA

El ecoturismo por definición incorpora los principios del turismo sostenible en relación con los impactos económicos, sociales y ambientales del turismo. Es decir, se planifica con la participación de todos los actores implicados y contribuye a la calidad de vida de la población local de los destinos donde se desarrolla. Además tiene como elemento diferencial que va dirigido al público que desea conocer, descubrir, aprender, apreciar y reconectar con la naturaleza, usando la interpretación del patrimonio natural y cultural como herramienta para configurar las experiencias.

El ecoturismo está compuesto por los servicios de uso público de los espacios protegidos, por servicios especializados prestados por guías y pequeñas empresas de actividades, y por los servicios básicos turísticos (alojamiento rural, restauración, tiendas de productos locales y transporte para desplazarse por los espacios protegidos), todos ellos prestados por micro-

Parque Nacional de Cabañeros.  
Foto: Lucía Iglesias.  
OAPN.

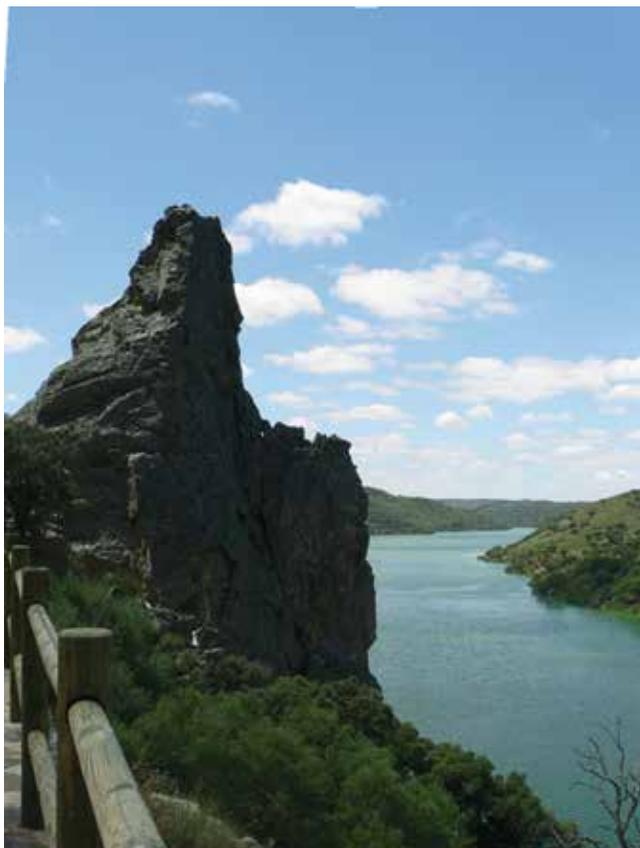
**El ecoturismo es un producto turístico que se desarrolla en áreas rurales donde otras actividades económicas no tienen lugar. Por ello el ecoturismo tiene un impacto claramente positivo, y supone además la creación de empleo en áreas marginales como son los espacios protegidos, donde no es posible desarrollar actividades extractivas**

empresas ubicadas en los entornos de los espacios naturales.

Además de generar empleo e ingresos, tiene como hecho diferencial, respecto a otros productos turísticos, el beneficio que reporta para la conservación de los espacios naturales y el uso sostenible de la biodiversidad, por lo que debe ser más apoyado específicamente.

El ecoturismo es un producto turístico que se desarrolla en áreas rurales donde otras actividades económicas no tienen lugar. Por ello el ecoturismo tiene un impacto claramente positivo, y supone además la creación de empleo en áreas marginales como son los espacios protegidos, donde no es posible desarrollar actividades extractivas. El ecoturismo es un producto que pueda ser muy atractivo para la marca España, dado que consiste en visitar y disfrutar de lo mejor de la naturaleza española.

En este sentido, el Organismo Autónomo Parques Nacionales ha apoyado la creación y desarrollo de empresas dedicadas al ecoturismo en las Áreas de Influencia Socioeconómicas de los Parques Nacionales mediante el Programa de Subvenciones de Parques Nacionales a las AIS que llegaron a destinar más de 1 millón de euros a proyectos de empresas de este sector. Por otro lado, se colabora con el sector del ecoturismo



de los Parques Nacionales y las Reservas de Biosfera en acciones de desarrollo y promoción del ecoturismo, no solo bajo el paraguas de los instrumentos de colaboración establecidos con la Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña, sino también mediante las acciones de difusión llevadas a cabo en exclusiva por el Organismo en ferias de turismo especializadas o generalistas en España y en el extranjero, o mediante productos de comunicación digital, o mediante acciones compartidas con otras áreas del Ministerio y que tienen efecto directo sobre el sector, como las llevadas a cabo con Caminos Naturales o Alimentos de España.

#### **UNA OPORTUNIDAD PARA DESTACAR EL BUEN HACER DE LA CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD**

España destaca por haber aplicado exitosos programas de conservación de especies y hábitats con fondos europeos dinamizados por las



Administraciones ambientales y por las ONG. En los últimos años es cada vez más activa la participación de propietarios de terrenos y de ONG en estos programas de conservación aplicándolos e invirtiendo fondos propios en la conservación del patrimonio natural, ayudando a las AA.PP a captar fondos europeos, promoviendo la participación del sector primario y de los ciudadanos en la conservación, sensibilizando al público, e incluso formando a las empresas de turismo y del sector primario o educando a la ciudadanía.

En España empiezan a surgir experiencias de ecoturismo desarrolladas por ONG que ofrecen una oportunidad a la sociedad para que participe en la conservación al mismo tiempo que disfruta de la naturaleza. También las empresas de turismo comienzan a establecer de forma voluntaria mecanismos para ayudar a la conservación de la biodiversidad, al establecer procedimientos por los que el turista contribuye económicamente (directa y/o indirectamente) a

la conservación de la biodiversidad, convirtiéndose así en un auténtico ecoturista.

Es preciso recordar que el ecoturismo es un uso de la naturaleza claramente diferente de los usos extractivos o consuntivos. Sin embargo, es preciso realizar un adecuado seguimiento, dada la fragilidad del recurso del que se sirve. Por ejemplo, la observación de fauna como modalidad de ecoturismo está teniendo un auge que aconseja realizar un seguimiento específico. En algunas especies concretas se pueden producir conflictos entre observación de la fauna y otros aprovechamientos del sector primario (caza, aprovechamientos forestales, ganadería).

Desde la SG de Medio Natural del MAPAMA, el ecoturismo se contempla de forma específica en el RD 416/2014 “Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad”, en el que se proponen varias acciones para su impulso, como el sistema de reconocimiento de la sostenibilidad turística que extenderá las buenas

Parque Nacional de Monfragüe.  
Foto: Rubén Serradilla Prieto.

prácticas a los espacios protegidos de las Red Natura 2000, proporcionando a su población local oportunidades para el adecuado desarrollo del ecoturismo. Esta misma subdirección ha elaborado un manual de buenas prácticas para la observación del oso, lobo y lince como las especies estrella de la observación de fauna en España, con recomendaciones útiles para el observador y para las empresas turísticas.

Los Parques Nacionales, a pesar de suponer un pequeño porcentaje del territorio español, albergan una gran riqueza natural, tanto en geodiversidad como en biodiversidad. De hecho, la última información disponible muestra que cerca del 70% de las especies de plantas vasculares y del 80% de las especies de vertebrados presentes en España, lo están en los Parques Nacionales. Si nos referimos a especies endémicas españolas, es decir, las que solamente están presentes de manera natural en España, el 43% de ellas se encuentran también presentes en la Red de Parques Nacionales. Esta riqueza y su buen estado de conservación, hacen a los Parques Nacionales lugares de gran atractivo para los amantes de la naturaleza. Instrumentos de trabajo como la Carta Europea de Turismo Sostenible u otros sistemas de calidad implantados por los Parques Nacionales junto con el desarrollo de una marca propia para distinguir productos y servicios de calidad ofertados desde la Red de Parques Nacionales, terminan de aportar valor a una fórmula de gestión modélica del y para el ecoturismo.

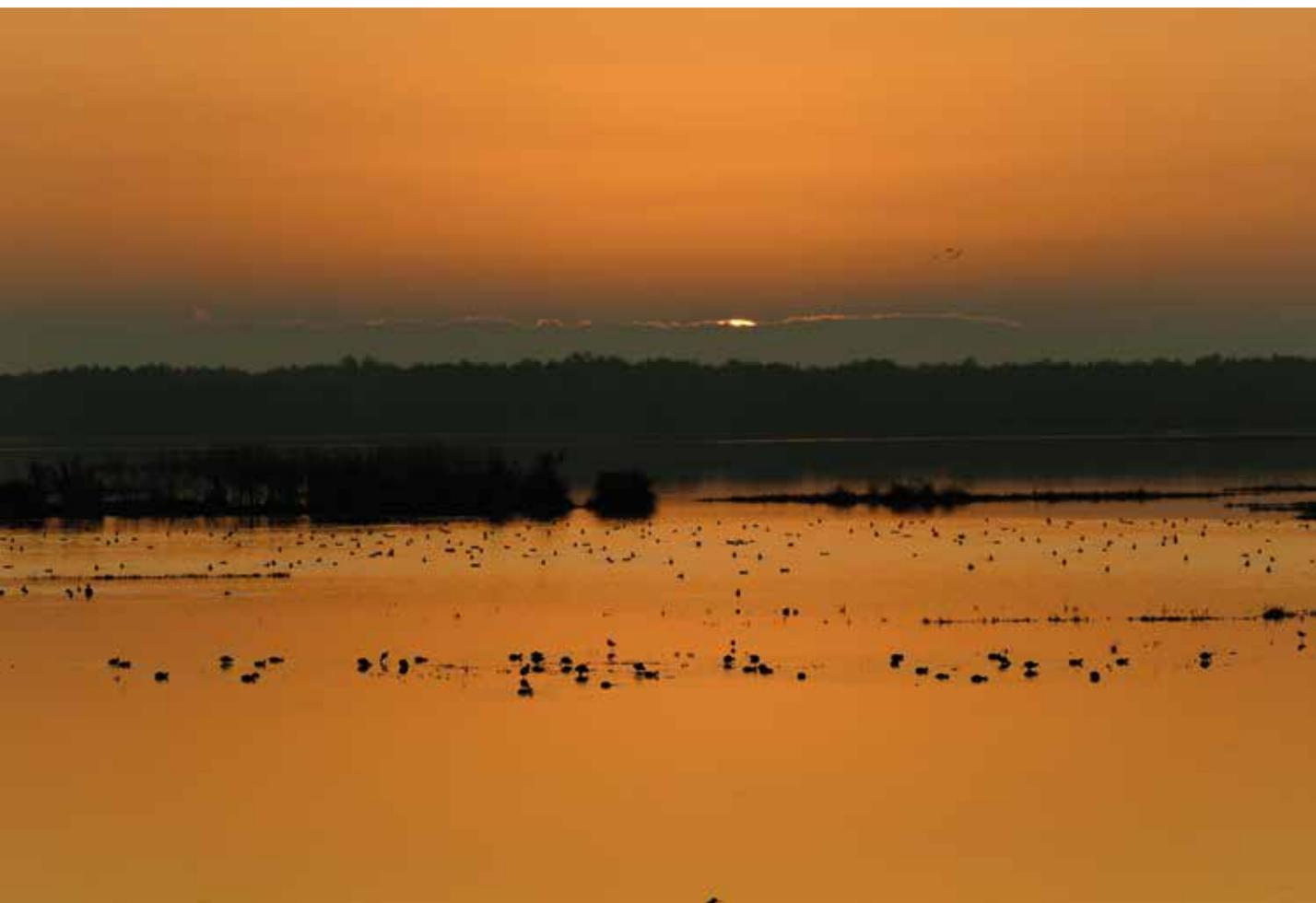
#### LA COOPERACIÓN PÚBLICO - PRIVADA PARA OFRECER EXPERIENCIAS DE ECOTURISMO SOSTENIBLE

En España la creación del ecoturismo está ligada a la implantación de un doble sistema de requisitos de sostenibilidad que deben cumplir los gestores de los espacios y las empresas de turismo. El elemento diferenciador con respecto a otros sistemas de sostenibilidad consiste en establecer un vínculo o “simbiosis” entre el gestor del área protegida y los empresarios de turismo ubicados en estos espacios y sus entornos, lo que se traduce en beneficios mu-

tuos para ambas partes, y de paso sirve a las administraciones turísticas para promocionar diferencialmente a los destinos y oferta que apuestan por la sostenibilidad. Los sistemas Carta Europea de Turismo Sostenible, producto Reserva de la Biosfera Españolas, geoparques y sistema de reconocimiento Red Natura 2000, se basan en la creación de un vínculo entre el gestor del ENP y las empresas de turismo que voluntariamente cumplen estos sistemas de requisitos o buenas prácticas en sostenibilidad.

La idea la puso en marcha la Secretaría de Turismo, a través de la Subdirección General de Desarrollo y Sostenibilidad Turística, al impulsar el club Ecoturismo en España, que se diseñó en origen asumiendo este enfoque. El club fue reconocido en el Plan Nacional e Integral de Turismo y sirvió para crear experiencias de ecoturismo en una red de destinos sostenibles. Gracias a esta iniciativa, en España las administraciones ambientales han diferenciado sus principales espacios protegidos como destinos de ecoturismo con planes de acción de turismo sostenible. Esto se refleja en los 44 espacios que tienen la Carta Europea de Turismo Sostenible (1ª posición europea), o las 13 Reservas de la Biosfera que están trabajando con el sistema de requisitos del producto Reservas de la Biosfera Españolas, y los geoparques que de forma similar están empezando a trabajar para diferenciarse como destinos, y en el futuro lo harán los espacios de la Red Natura 2000.

Este paso emprendido por las Administraciones Públicas motivó al sector privado para co-ger el testigo y agruparse para elaborar un plan estratégico común, ahorrar costes y trabajar en red a nivel nacional, con la meta de optar a una promoción diferenciada. De esta forma desde el año 2010, y gracias a la línea de apoyo a las Agrupaciones Empresariales Innovadoras, las pequeñas y dispersas asociaciones de turismo ubicadas en los espacios protegidos que fueron implantando el método club de producto se fueron agrupando y lograron crear una asociación sin ánimo de lucro que ejerce como ente gestor del club Ecoturismo en España, dando así continuidad al trabajo emprendido desde la



Secretaría de Estado de Turismo. El club Ecoturismo en España aprovecha estos sistemas para diferenciar a los espacios protegidos y a sus empresarios vinculados, de forma que trabaja a favor de las administraciones ambientales gestoras de los espacios al propiciar que en ellos se desarrolle un ecoturismo sostenible, y a favor de las administraciones turísticas al ponerles en bandeja una selección de destinos y experiencias de ecoturismo que capten el interés de la demanda internacional.

La finalidad es garantizar al consumidor experiencias sostenibles y de calidad, y al mismo tiempo ayudar a los gestores ambientales en sus objetivos de conservación, y a las administraciones turísticas en su labor de promocionar destinos y oferta turística diferenciada para la demanda. Al igual que otros clubes de producto, el ente gestor a nivel nacional coordina la

red de destinos y a las distintas asociaciones y entidades locales que se asocian al club y que operan a nivel local, de forma que esta estructura de trabajo permite el intercambio de buenas prácticas, la creación de experiencias de ecoturismo vinculadas a la marca España.

Actualmente el club se ha implantado en 27 espacios protegidos que tienen la Carta Europea de Turismo Sostenible, 9 Reservas de la Biosfera y 2 geoparques. Sin embargo, aún queda mucho camino por recorrer, dado que de estos destinos por ahora sólo 15 están trabajando en red para ejecutar acciones de promoción conjuntamente.

Por su parte, el Organismo Autónomo Parques Nacionales colabora de forma continuada con el Club de Ecoturismo y llevando a cabo acciones conjuntas de difusión y comunicación de la

Parque Nacional de Doñana. Foto: Pérez de Ayala.

El club Ecoturismo en España tiene la finalidad de garantizar al consumidor experiencias sostenibles y de calidad, y al mismo tiempo ayudar a los gestores ambientales en sus objetivos de conservación, y a las administraciones turísticas en su labor de promocionar destinos y oferta turística diferenciada para la demanda

Red de Parques Nacionales y la Red Española de Reservas de Biosfera.

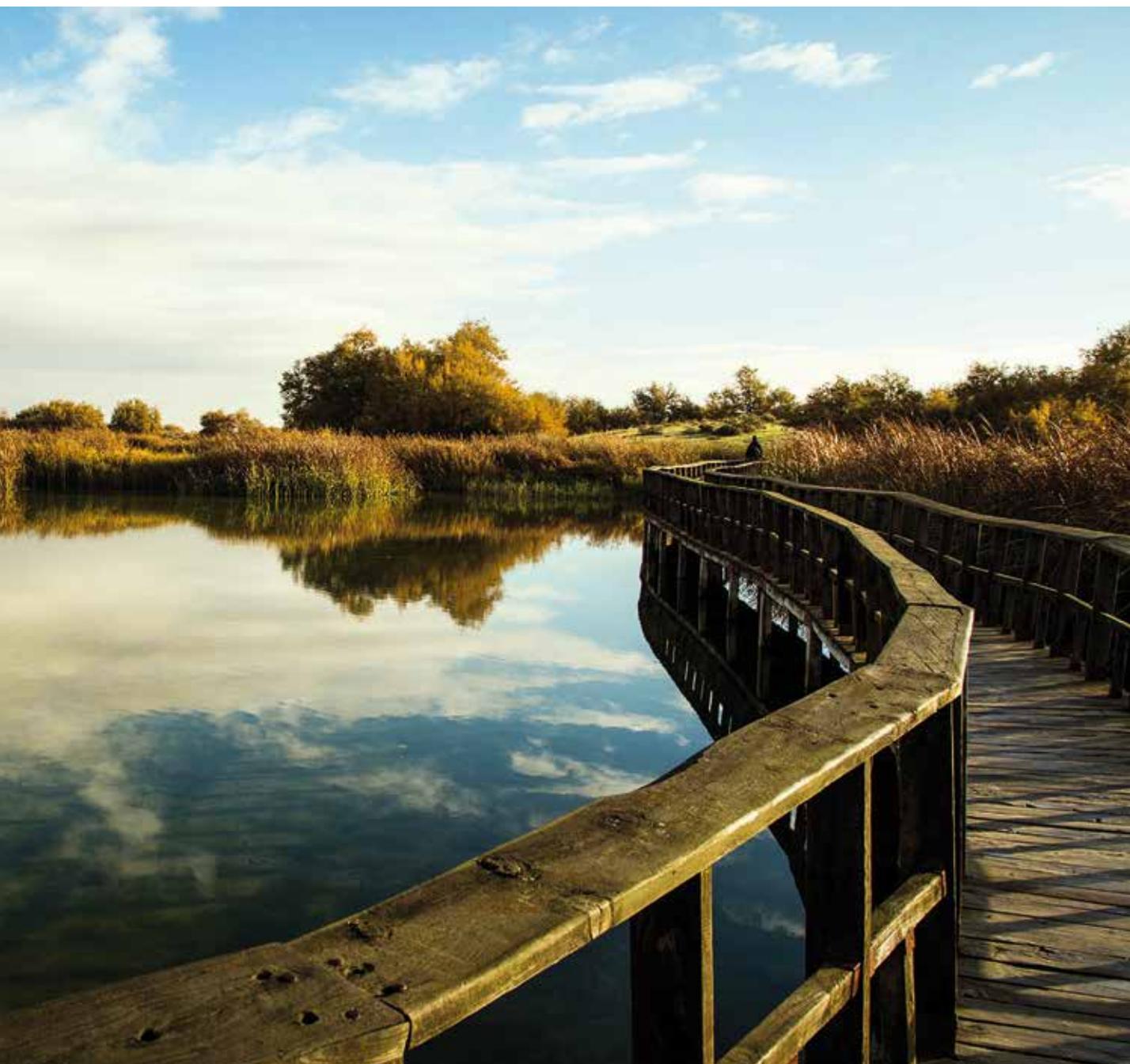
#### EL RETO DE UNA PROMOCIÓN DIFERENCIADA Y UNA COMERCIALIZACIÓN DE ÉXITO

Ecoturismo en España es el viaje responsable que muestra lo mejor de la naturaleza española, disfrutando de experiencias configuradas por empresas comprometidas con su conservación. Así se refleja en la Declaración de Ecoturismo de Daimiel, y en el plan de marketing del club Ecoturismo en España, elaborado gracias a un proyecto de cooperación realizado por los Grupos de Desarrollo Rural de los Parques Nacionales de Garajonay, Doñana y Sierra Nevada. En este plan se define el producto y los tipos de acciones de promoción, vinculando el ecoturismo con la necesidad de reconectar con la naturaleza que tiene cada ciudadano.

Las administraciones turísticas tienen ahora que integrar las experiencias y destinos de ecoturismo en sus programas anuales de promoción nacional e internacional, facilitando que los potenciales turistas accedan a las experiencias de ecoturismo. También deben evaluar la visibilidad por los potenciales consumidores, y en la medida de lo posible medir el retorno de la inversión



por la promoción realizada. El ecoturismo es un producto específico que puede ofrecerse a segmentos de demanda con distintas motivaciones, con el fin de que pueda ser consumido por un amplio rango de público. Deben coordinar el diseño y ejecución de los planes de marketing y acciones de promoción nacional e internacional con los actores implicados para hacer una promoción más eficiente, partiendo de un análisis



realista de sus posibilidades y recursos para no solaparse en las numerosas y diversas acciones de promoción, y buscando la co-financiación y participación del sector privado, y en contrapartida darles más participación en la selección de acciones de promoción.

La asignatura pendiente es la comercialización, pues es preciso abordar una estrategia integral

de venta, usando todos los canales posibles. Vender ecoturismo es poner en el mercado experiencias integrales, no simplemente servicios sueltos de alojamiento rural. Para ello es preciso primero pulir el diseño de experiencias, y contactar con las agencias de viaje emisoras en el extranjero y receptoras en España a las que presentar el producto y convencer para que sus clientes lo consuman. ♣

Parque Nacional de las Tablas de Daimiel. Foto: Lucía Iglesias. OAPN.

### Recuadro 1

#### LA DECLARACIÓN DE DAIMIEL, UNA PROMETEDORA HOJA DE RUTA

La Declaración de Ecoturismo de Daimiel es un primer paso para coordinar con las Comunidades Autónomas y el sector privado los esfuerzos para impulsar el ecoturismo en nuestras redes de espacios protegidos, meta compartida con el Organismo Autónomo Parques Nacionales en la Red de Parques Nacionales y en las Reservas de la Biosfera.

La Declaración es un documento que sirve para orientar a todos los actores implicados para que el ecoturismo en España incremente sus repercusiones positivas: rentabilidad de las pequeñas empresas que lo ofrecen, creación y mantenimiento del empleo en áreas rurales, y contribución a la conservación del patrimonio de estos espacios.

La Declaración establece, entre otras, las siguientes recomendaciones:

***A los responsables de la gestión del recurso biodiversidad y de los espacios naturales protegidos (gestores de espacios, tercer sector ambiental que protagoniza acciones de conservación, propietarios de terrenos):***

Que los instrumentos de planificación y gestión de los espacios naturales incorporen el término ecoturismo con criterios de conservación, habilitando mecanismos y fórmulas para vincular el producto con las acciones de conservación del patrimonio del espacio donde se efectúa el ecoturismo, contando para ello con la participación de las entidades del tercer sector ambiental, de los propietarios de terrenos, del sector empresarial y de los ciudadanos.

Los gestores ambientales deben establecer un sistema de ventajas y beneficios que diferencien a las empresas de turismo adheridas del resto de oferta turística, incentivándolas por su compromiso voluntario para aplicar medidas que disminuyen los impactos ambientales de sus negocios, y por vincularse con los gestores de los espacios para ayudarles en su labor de conservación y sensibilización de los visitantes y turistas.

Deben cooperar con las organizaciones no gubernamentales del tercer sector ambiental para propiciar que los ciudadanos se conviertan en ecoturistas, al participar en experiencias de ecoturismo vinculadas a los programas de conservación de la biodiversidad que promueven las fundaciones y asociaciones especializadas en conservación.

***A los responsables de la planificación y promoción turística (niveles nacional, autonómico y local):***

Incorporar el ecoturismo a sus planes estratégicos y a sus planes de promoción, como un producto a apoyar diferencialmente por las positivas repercusiones que tiene sobre el medio ambiente, las economías locales y la sensibilización de los turistas que lo practican, diseñando actuaciones específicas para su apoyo.

Diseñar y poner a disposición de las administraciones ambientales un conjunto de medidas o beneficios para que puedan ofrecérselos a las empresas que apuestan por el ecoturismo e invierten en ejecutar sus planes de mejora ambiental.

Las administraciones turísticas deben diseñar mecanismos financieros que reviertan las inversiones turísticas en la gestión de los espacios naturales protegidos, y establecer programas de formación sobre instrumentos de comunicación, promoción y canales de venta.

Deberán establecer líneas de ayudas para las empresas que quieren adaptar sus establecimientos y servicios turísticos, aplicando planes de mejora ambiental para cumplir los requisitos del club que les permitirán ahorrar costes y diferenciarse frente a la demanda.

Que apoyen iniciativas locales de promoción del ecoturismo vinculadas al sector primario, donde los productos locales de los espacios protegidos sean un elemento más de las experiencias de ecoturismo.

***A las empresas proveedoras de servicios de ecoturismo:***

Deben valorar la implantación de sistemas voluntarios de requisitos que acrediten la oferta de ecoturismo (requisitos del club ecoturismo) y la adopción de buenas prácticas de calidad turística.

En el ámbito de la sostenibilidad deben incluir acciones de responsabilidad social corporativa para sus empleados.

Deben cooperar con el gestor del espacio natural donde estén ubicadas en proporcionar información a sus clientes sobre el espacio y sus valores, en la promoción conjunta, en la comunicación de la gestión activa que se hace del espacio protegido como destino de ecoturismo sostenible.

Las empresas deben fomentar nuevas motivaciones en sus clientes por aprender, interpretar la naturaleza y consumir productos locales vinculados al ecoturismo. Deben considerar la necesaria interacción entre el turista y los recursos.

Las empresas deben implicarse de forma práctica en las acciones de conservación del patrimonio y la biodiversidad (sistemas *payback*), apoyando causas locales y acciones de conservación protagonizadas por los gestores de los espacios protegidos y/o por las entidades del tercer sector ambiental.

***A las asociaciones profesionales con oferta de ecoturismo y al ente gestor del Club Ecoturismo en España:***

El club ecoturismo debe volcarse en crear comunidades de consumidores del producto, mejorando las herramientas de promoción y fidelización, diseñando ventajas para el consumidor responsable que quiera sentirse parte de un producto que beneficia la conservación de la biodiversidad española.

Debe buscar mecanismos de financiación pública y privada para mantener el club. Se deben explorar patrocinios y mecenazgos como fórmulas complementarias.

***A las agencias de viaje y portales interesados en ecoturismo:***

Que conozcan la red de destinos y empresas de ecoturismo que hay en España y que cumplen con unos requisitos de calidad y sostenibilidad que garantizan a los turistas experiencias satisfactorias y positivas para la conservación de la biodiversidad.

Que consideren los destinos de ecoturismo que hay en España a la hora de elaborar sus catálogos de turismo de naturaleza. Deben tener en cuenta a las empresas de turismo que apuestan por este producto en sus paquetes comerciales, procurando destacar que sus experiencias y paquetes de ecoturismo están configurados por empresas locales comprometidas con la conservación de los espacios naturales que ofrecen.

***A los medios de comunicación:***

Que conozcan el significado del Ecoturismo en España y sus repercusiones y colaboren para colocar este producto en la mente de los ciudadanos, y ayudarles a distinguir las empresas que han invertido en ser más sostenibles.

Que sean rigurosos en la información que proporcionan sobre los destinos de ecoturismo, y sobre las empresas cuidando y sensibilizando a sus audiencias sobre los problemas de conservación de la biodiversidad.

***A los ciudadanos interesados en disfrutar del ecoturismo:***

Que cuando elijan su viaje valoren destinos de ecoturismo diferenciados como sostenibles, y reserven servicios turísticos de las empresas adheridas que apliquen buenas prácticas.

Al practicar ecoturismo tienen la oportunidad de formar parte de una comunidad de ecoturistas que les garantiza destinos y servicios de ecoturismo que son sostenibles y experiencias singulares para distintos tipos de público.

Que exijan a las empresas el cumplimiento de los requisitos que las hacen diferentes frente al resto de servicios de turismo.

Que colaboren con los gestores de los espacios naturales comportándose adecuadamente durante su visita a estos destinos de ecoturismo.

Que se informen para contribuir a los programas y acciones de conservación de la biodiversidad que les ofrecen los destinos agrupados en el Club Ecoturismo en España.

Que hagan de prescriptores contando su experiencia a sus redes socio-profesionales y ayudando a las empresas de ecoturismo para captar nuevos consumidores.



Clausura Congreso de Ecoturismo de Daimiel. Foto: Lucía Iglesias. OAPN.

# Caminos Naturales, una apuesta por la dinamización del medio rural

**Esperanza Orellana Moraleda**

Directora general de Desarrollo Rural y Política Forestal

El Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA) sigue impulsando el desarrollo de Caminos Naturales reforzando los beneficios sobre las poblaciones locales, el turismo y el fomento de la diversificación económica, aspectos que contribuyen directamente a la fijación de la población en el territorio y a la lucha contra su desertización. Estos itinerarios reciben unos 30 millones de visitas al año y han creado 3600 puestos de trabajo, según el estudio de *Impacto Económico y Social asociado a los Caminos Naturales*, realizado por este departamento en el año 2014 y que se prevé actualizar en fecha próxima. Este mismo estudio ha estimado el impacto económico en unos 251 millones de euros en 2014 y se tiene constancia de que el 70% es beneficio directo para los municipios por donde discurren estos itinerarios.

Para poner en marcha nuevos caminos y llegar a la cifra mágica de 10000 kilómetros construidos, el MAPAMA ha incluido una línea de trabajo específica dentro del Programa Nacional de Desarrollo Rural. Para el periodo 2014-2020, la financiación prevista es de 70 millones de euros, incluidos 10 millones de euros de financiación FEADER.

El objetivo de los Caminos Naturales es dinamizar las zonas rurales españolas fundamental-

mente mediante itinerarios supraautonómicos que permitan diversificar el medio rural, impulsar medidas respetuosas con el medio ambiente y beneficiar la cohesión territorial. Objetivo al que el programa se ha mantenido fiel desde su inicio hace ya 24 años.

La historia de este Programa de Caminos Naturales arranca en el año 1993, momento en el que se vieron las enormes posibilidades que ofrecían los itinerarios naturales para incrementar el desarrollo económico de las zonas rurales. Además, en la década de los 90 del siglo pasado surgió un creciente entusiasmo de la población por el ejercicio al aire libre, el senderismo y las rutas ciclistas. Las bicicletas, que habían quedado abandonadas por el desarrollismo y la hiperutilización de los vehículos a motor, empezaron a ser rescatadas del olvido y utilizadas como fuente de ocio y de deporte saludable.

Esta red de caminos, que inicialmente transcurría sobre vías de ferrocarril en desuso, ha incorporado además caminos rurales o vecinales, vías pecuarias, cañadas reales, caminos de sirga, senderos litorales, hasta alcanzar los casi 9500 kilómetros que actualmente recorren la geografía nacional tanto peninsular como insular.



## TURISMO RESPETUOSO CON EL MEDIO AMBIENTE

Ya en el siglo XXI empezó a acuñarse el término *turismo sostenible*, al que se dedica este número monográfico, y es difícil que exista un programa que represente mejor una parte importante de lo que aglutina el Programa de Caminos Naturales: turismo respetuoso con la naturaleza, ambientalmente sostenible, fomento del desarrollo rural e impulso de actividades económicas sostenibles. Además fomenta el turismo gastronómico y la potenciación de los *Alimentos de España*, sus productos agroalimentarios de calidad diferenciada y reputación incuestionable, así como sus costumbres y su cultura.

En definitiva se trata del fomento del conocimiento e interrelación entre lo urbano y lo rural, que redundará en una mejora de la calidad de

vida de ambos grupos de población, tanto por el incremento de la actividad económica, como por el efecto saludable del ejercicio físico y la relación con la naturaleza.

Una de las principales ventajas que proporcionan los caminos es que su recuperación fomenta el desplazamiento entre núcleos de población del medio rural. Al mismo tiempo, permiten valorizar los recursos naturales de los alrededores que, de este modo, se integran en la ordenación territorial. Por otro lado, es destacable su capacidad para funcionar como corredores estratégicos que conectan zonas de alta concentración y ocupación turística con zonas rurales de alto valor ambiental, paisajístico y cultural, para así estimular el desarrollo rural sostenible y satisfaciendo la demanda social de servicios de calidad ambiental.

Camino Natural del río Barbantiño.  
Foto:  
Programa de Caminos Naturales del Mapama.



Camino Natural de Montfalcó al Congost de Mont-Rebei. Foto: Programa de Caminos Naturales del Mapama.

La ejecución de este tipo de caminos recupera, para su uso por la población, vías de comunicación en desuso o degradados preservando su titularidad pública, además de favorecer sistemas de transporte respetuosos con el medio ambiente, con bajas emisiones de carbono e impulsar la movilidad sostenible, mediante caminos para peatones y ciclistas que, en muchos casos, comunican núcleos rurales y zonas con valores culturales o naturales.

### CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO

El Programa de Caminos Naturales entiende como prioritaria la promoción, valorización y el conocimiento de estos caminos entre la población, cuya ejecución contribuye al desarrollo socioeconómico del medio rural, reutilizando infraestructuras de transporte que se encuentran en desuso y recuperando sendas para que la población se acerque a la naturaleza

y al medio rural en general. De este modo, se satisface la demanda creciente del uso sostenible y recreativo del campo y, al mismo tiempo, se potencian los sectores relacionados con los servicios en las zonas rurales.

La idea embrionaria, como ya se ha comentado, surgió en el año 1993, en el entonces Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente (MOPTMA) con el denominado Plan Tejido Verde, siendo su objetivo inicial reutilizar las infraestructuras históricas o dominios públicos como itinerarios no motorizados. En un primer momento las transformaciones se realizaron sobre las líneas férreas abandonadas, de ahí la colaboración que siempre ha tenido este Programa con la Fundación de los Ferrocarriles Españoles.

Con posterioridad, al comprobar los buenos resultados, se cambió su orientación al ampliar los tipos de itinerarios y la financiación y establecer como objetivos a conseguir con el apro-



vechamiento de estas infraestructuras como caminos naturales:

- Mantener el uso público de las infraestructuras de comunicación.
- Dar respuesta a la demanda social de servicios turísticos de alto valor ambiental.
- Facilitar a la población el acceso a una experiencia deportiva, cultural, educativa y de contacto con la naturaleza.
- Favorecer el desarrollo sostenible de la zona de actuación mediante la potenciación de los recursos económicos, el fomento del empleo y el asentamiento de la población en el medio rural.

A los que hay que añadir también los valores intangibles que representan los beneficios que el disfrute de la naturaleza aporta al individuo y a la sociedad en su conjunto.

### 30 MILLONES DE VISITAS

La ministra García Tejerina, en el año 2014, presentó las conclusiones del estudio sobre el “*Impacto Económico y Social asociado a los Caminos Naturales*”. La elaboración de este estudio permitió cuantificar por primera vez el uso que la población hacía de estos caminos, estimando en más de 30 millones el número de visitas que los Caminos habían recibido y en 3600 el número de puestos de trabajo generados a tiempo completo. Comentaba la ministra “*Con los Caminos Naturales se mejora el bienestar y la salud de los ciudadanos que los disfrutan, a la vez que se genera riqueza para la población del medio rural. En definitiva son actuaciones con efectos medioambientales, sociales y económicos muy positivos, que constituyen un gran ejemplo de desarrollo rural sostenible*”.

El impacto económico se tradujo, según este estudio, en unos 251 millones de euros en 2014, que repercutieron mayoritariamente sobre los

Camino Natural de Fuerteventura.  
Foto: José Ramón Mejías de Haro.  
Programa de Caminos Naturales del Mapama.

municipios cercanos a los caminos, siendo los principales sectores beneficiarios la hostelería y empresas relacionadas con el ecoturismo, tales como las de alquiler de bicicletas y los albergues rurales.

Estos resultados son espectaculares, ya que las visitas a los Caminos Naturales suponían en 2014 más del 20% del total de visitas generadas en la práctica de senderismo y ciclismo recreativo en toda España. Estas cifras han seguido aumentando por la satisfacción de los usuarios que, en todos los casos, manifiestan su deseo de repetir y de conocer otros Caminos Naturales, y por la promoción que se viene haciendo del Programa. Uno de los medios más eficaces para conocer estos itinerarios es la página web del ministerio, donde se ofrece una completísima información sobre todos los caminos.

En [www.mapama.es/caminosnaturales](http://www.mapama.es/caminosnaturales), se encuentra la información necesaria para que el usuario potencial decida qué camino recorrer, los principales puntos de interés del entorno, la dificultad del recorrido, si es adecuado para realizar o no con niños; el tiempo estimado que se tarda en recorrer, si es apta o no para todos los públicos y todas las condiciones físicas.

La información se divide en tres grandes apartados. Uno de ellos, el primero, es el dedicado al Programa, donde se comentan las características de éste y los requisitos para que las administraciones que lo deseen puedan solicitar su inclusión en el Programa.

Se detalla en este apartado que el Ministerio ha realizado 9461 kilómetros de caminos naturales, de los cuales unos 1290 aproximadamente son “vías verdes”, denominación que reciben las ejecutadas sobre antiguas plataformas de ferrocarril.

El tercer apartado de la página web es el relativo a las descargas. En él, el usuario puede obtener folletos, mapas, manuales, publicaciones, guías, visitas virtuales en algunos de los caminos o descargarse la app del Programa.

## REQUISITOS PARA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA

Los Caminos Naturales han demostrado ser un elemento de gran valor para luchar contra el despoblamiento territorial que sufren muchas zonas rurales españolas. A la vista de su capacidad para generar sinergias de crecimiento efectivo sobre las poblaciones, muchos responsables de entes territoriales y entidades públicas se han interesado por iniciar el procedimiento para la construcción y puesta en marcha de un camino en su territorio. Por este motivo, el actual Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente recibe muchas peticiones que se irán atendiendo con criterios de eficacia y racionalidad.

Cualquier promotor público, como por ejemplo comunidades autónomas, diputaciones o mancomunidades, puede solicitar que un recorrido pase a formar parte de la red de Caminos Naturales. Para ello, los promotores tienen que proporcionar a la Dirección General de Desarrollo Rural y Política Forestal el proyecto de la obra, al que adjuntarán los compromisos de disponibilidad de los terrenos, responsabilidad patrimonial y de mantenimiento.

El Programa de Caminos Naturales, establece como prioritarias las vías que forman parte de caminos de gran recorrido, cuyo uso permite la defensa y promoción del patrimonio cultural y natural. Se tienen en cuenta igualmente aquellos que se encuentran en zonas con especiales dificultades de comunicación y en las que el ecoturismo sea viable: caminos de montaña y zonas con baja densidad de población o con una deficiente dotación de infraestructuras de comunicación. En este apartado entran también caminos situados en áreas con dificultades coyunturales, ya sean zonas declaradas de emergencia o en reconversión industrial o minera.

Por último, para aprobar la realización de un Camino Natural se hacen estudios del coste económico de la inversión y de su posterior mantenimiento, y del beneficio global que para el entorno supone su construcción. ❀



### Recuadro 1

#### VARIEDAD PARA TODOS LOS GUSTOS

El primer Camino Natural que se construyó en España fue el del Carrilet, en Girona, sobre un tramo abandonado del ferrocarril de vía estrecha que hacía el recorrido entre Girona y Olot, con una longitud de 57 kilómetros. A partir de ahí, se ha seguido un “camino” ininterrumpido hasta llegar a los 126 itinerarios que existen en la actualidad. De caminos pequeños, se pasó a realizar grandes itinerarios. El primero de ellos fue el Camino Natural del Ebro que tiene aproximadamente 1200 kilómetros, pero que convive, por ejemplo, con el camino de Son Juny en Mallorca que no llega al kilómetro.

Como curiosidad, el Camí de Cavalls, que mide 185 kilómetros, promovido por el Consell Insular de Menorca, ha creado también en torno al mismo una amplia oferta de actividades que incluye, incluso, la posibilidad de combinarlo con navegación en kayak, con lo que se convierte en el primer camino terrestre-acuático.

Cada camino tiene su identidad, su belleza y desde luego su público, aunque la tendencia actual va dirigida a acondicionar grandes itinerarios que conecten unos con otros e incluso con los países vecinos para tejer una gran malla europea de itinerarios no motorizados.

El último camino construido, finalizado el pasado mes de febrero, es el Camino Natural sobre el antiguo trazado del tren secundario de Castilla. Tramo Palencia-Castromocho, conocido popularmente como Tren Burra. Esta obra discurre íntegramente por la provincia de Palencia atravesando los municipios de Palencia, Grijota, Villamartín de Campos, Mazariegos, Baquerín de Campos y Castromocho. Cuenta con una longitud aproximada de 30 km.

En los últimos años, el aumento en kilómetros ha sido considerable debido a la puesta en servicio de grandes caminos como los de la Ruta del Cantábrico, Costas de la Gomera, Matarraña - Algar, Románico Palentino, etc.

Camino Natural de la Sierra de Alcaraz.  
Foto: M<sup>a</sup> Teresa López Carrasco.  
Foto: Programa de Caminos Naturales del Mapama.



## Recuadro 2

### SIETE SECTORES

La información ofrecida en [www.mapama.es/caminosnaturales](http://www.mapama.es/caminosnaturales) sobre los Caminos Naturales incluye una pestaña específica relativa a la consulta de todos los itinerarios de la red. Con objeto de facilitar la consulta, se ha dividido el territorio nacional en siete sectores: Noroeste, Noreste, Este, Balear, Sur, Centro y Canario.

- **Noroeste Peninsular.** Abarca las comunidades autónomas de Galicia, Asturias y Cantabria y el norte de la de Castilla y León. Entre los caminos más representativos destacan Ribeira Sacra (Orense), Senda del Oso (Asturias), Senda del Duero y Románico Palentino.
- **Noreste Peninsular.** Engloba al País Vasco, La Rioja, Navarra, Aragón y Cataluña y contiene caminos notables, como los de Montfalcó al Congost de Mont-Rebei (Huesca-Lleida), Hoya de Huesca, Plazaola (Navarra), Ojos Negros (Teruel) y Carrilet (Girona).
- **Centro Peninsular.** Están incluidas las comunidades autónomas de Madrid, Castilla-La Mancha y Extremadura y el sur de la de Castilla y León. En este sector sobresalen el valle del Lozoya (Madrid), Rivera de Acebo (Cáceres), valle del Eresma (Segovia) y La Jara (Toledo).
- **Este Peninsular.** Entre las comunidades autónomas de Murcia y la Valenciana destacan los caminos naturales del Noroeste, en la primera, y del Turia-Cabriel en la segunda.
- **Baleares.** El recorrido perimetral del Camí de Cavalls en la isla de Menorca es la aportación del archipiélago balear a la red.
- **Sur Peninsular.** Andalucía es la única comunidad autónoma presente en este sector, cuyos itinerarios más reconocidos son los del Aceite (Jaén y Córdoba), La Sierra (Sevilla y Cádiz) y de Segura (Jaén).
- **Sector Canario.** Los caminos de La Palma y el transversal de Fuerteventura son algunos de los que más destacan, además de los de La Gomera.

Cada sector muestra numerados todos los Caminos. Ya seleccionado un itinerario se muestran las etapas, los trazados para GPS, GPX, mapas de detalle, fotografías, vídeos, un tríptico con la información más relevante, que se puede imprimir y una serie de enlaces de interés para ampliar toda la información.

Esta completísima descripción se da en cada camino, pero a su vez, en cada etapa, se suma la información práctica de número de kilómetros, tiempo previsto para recorrerlos, mejor época del año para realizarlo, dificultad del recorrido, pendiente, etc. Dicha información se ha unificado para que detalles como el tipo de recorrido, la orientación, el estado de las sendas, la distancia y el esfuerzo requerido se adecúen al Método de Información de Excursiones (MIDE), sistema que evalúa y cuantifica las exigencias técnicas y físicas de cada recorrido.



### Recuadro 3

#### CAMINOS NATURALES EN EJECUCIÓN 2017

- CN del ferrocarril Guadix-Almendricos (Tramo Granada-Zurgena)
- CN Santander - Mediterráneo (Tramo Quintanilla de Vivar - Merindad de Valdeporres)
- CN de la vertiente segoviana de la Sierra de Guadarrama (Fase 1)
- CN de los Humedales de la Mancha
- CN Santander - Mediterráneo (Tramo Abejar - Soria)
- CN Santander - Mediterráneo (Tramo San Leonardo - Abejar)
- CN del antiguo ferrocarril Baeza – Utiel (Tramo Estación de Reolid - Límite Provincial con Jaén)
- CN del Matarranya - Algars (Fase 2)
- CN del ferrocarril minero de Villablino
- Pasarela Olula (supresión discontinuidad en CN del ferrocarril Guadix-Almendricos)

Camino Natural del Tajo. Foto: Francisco Javier Duque. Foto: Programa de Caminos Naturales del Mapama.

## CAMINOS NATURALES EN SERVICIO EN FEBRERO DE 2017

CAMINO	KM	SITUACIÓN
De Ruta Del Cantábrico	179,3	A Coruña y Lugo
Del Ferrocarril Vasco-Navarro	36,0	Alava y Navarra
La Senda del Pastoreo GR282	488,3	Alava, Guipúzcoa, Vizcaya, Navarra
Del Canal de M <sup>a</sup> Cristina y sus ramales	33,8	Albacete
De La Sierra de Alcara	56,2	Albacete
De Dénia	5,8	Alicante
Del Maigmó	21,2	Alicante
Del FFCC Guadix-Almendricos	11,7	Almería
De La Cordillera Cantábrica Asturias Interior	600,7	Asturias
De La Senda del Oso Tramo: Entrago-Cueva Huerta	25,9	Asturias
De Muñigo - Covadonga	1,3	Asturias
Del Río Nalón (Fuso a Tuñón)	15,7	Asturias
De La Senda del Oso	10,0	Asturias
Del Campo Azálvaro	14,0	Ávila
Del Corredor Cáceres - Badajoz	179,9	Badajoz y Cáceres
De Las Vegas del Guadiana	57,2	Badajoz y Cáceres
Del Cami de Cavalls	185,9	Menorca
De La Séquia	25,5	Barcelona
De l'Anell Verd	17,5	Barcelona
De La Sierra De La Demanda	52,6	Burgos
De Las Merindades	6,9	Burgos
De Rota	7,4	Cádiz
De La Vv de Entre Ríos	8,9	Cádiz
De La Sierra	35,6	Cádiz y Sevilla
De Sarón - La Penilla	3,3	Cantabria
Del Valle de Toranzo	15,6	Cantabria

CAMINO	KM	SITUACIÓN
De Villaescusa	7,4	Cantabria
De Ruta dels Molins d'Aigua	11,1	Castellón de la Plana
De La Campiña	54,3	Córdoba
De La Subbética	119,4	Córdoba
Del Río Manol	3,2	Girona
De La Muga	41,0	Girona
Del Ferro	19,4	Girona
Del Carrilet	99,5	Girona
De Los Molinos del Agua	33,6	Huelva
De La Vv. del Guadiana	16,6	Huelva
Del Litoral	48,8	Huelva
Del Somontano de Barbastro	53,4	Huesca
De Castejón de Monegros	10,9	Huesca
De La Sierra de San Quilez	7,9	Huesca
De Pedro Saputo	26,0	Huesca
Del Embalse de Lanuza	3,1	Huesca
Del Sifón de Albelda	10,3	Huesca
De Loreto y el Canfranero	14,9	Huesca
De Montfalcó al Congost de Mont-Rebei	4,2	Huesca y Lleida
De La Hoya de Huesca	133,8	Huesca y Zaragoza
De La Vv. del Guadalimar	15,4	Jaén
De Segura	28,7	Jaén
Del Río Cidacos	33,7	La Rioja
Del Río Oja	26,7	La Rioja
De Fuerteventura	247,7	Las Palmas
De Órzola a Playa Blanca	72,6	Las Palmas
De Cacabelos - Quilós	4,3	León
De La Mirada Circular	70,9	León
De Ruta de la Conquista	21,6	León

## CAMINOS NATURALES EN SERVICIO EN FEBRERO DE 2017 (cont.)

CAMINO	KM	SITUACIÓN
Del Río Esla	11,5	León
De Port de Vielha	12,3	Lleida
Del Río Segre	14,7	Lleida
Del Cami del Riu	14,9	Lleida
Del Camino d'Aigua	28,2	Lleida
De Les Mines	24,5	Lleida
Del Valle del Lozoya	52,5	Madrid
De La Cañada Real Soriana Oriental	23,6	Madrid
De Son Juny (Sant Joan)	0,5	Mallorca
Del Noroeste	89,1	Murcia
De La Ampl.P.Fluv.Comarca de Pamplona FI Tr.: Bajo Arga	0,7	Navarra
Del Plazaola	43,7	Navarra
Del Tarazonica	21,5	Navarra y Zaragoza
Del Río Barbantiño	13,9	Ourense
De San Rosendo (3 tramos)	104,0	Ourense
De dos Arrieiros	14,2	Ourense
De La Ribera Sacra	41,1	Ourense
De Carballeda de Avia	18,6	Ourense
Del Románico Palentino	108,3	Palencia
Del Tren Burra	29,9	Palencia
De Las Rutas Ecológicas del Río Catoira	6,0	Pontevedra
De Las Sendas en Ábalo	11,0	Pontevedra
De Ruta de la Plata	22,7	Salamanca
Del Río Rivera de Acebo	15,1	Salamanca y Cáceres
De Los Hayedos y Robledales de Riaza	80,8	Segovia
Del Río Eresma	13,7	Segovia
De La Vv del Valle del Eresma	48,1	Segovia

CAMINO	KM	SITUACIÓN
De Anaga-Chasna	92,1	Sta. Cruz de Tenerife
De La Palma	221,8	Sta. Cruz de Tenerife
De Los Senderos de El Hierro	145,6	Sta. Cruz de Tenerife
De Costas de la Gomera	143,8	Sta. Cruz de Tenerife
De Cumbres de la Gomera	45,9	Sta. Cruz de Tenerife
De La Etapa 42.1 del CN del Ebro	18,2	Tarragona
De Ruta del Glorieta	9,4	Tarragona
De Muntanyes de Prades	36,2	Tarragona
De La Terra Alta	23,6	Tarragona
Del Baix Ebre	25,6	Tarragona
Del Río Guadalaviar	4,7	Teruel
Del Matarraña - Algars	67,8	Teruel
De La Val de Zafán	35,9	Teruel
De Ojos Negros	48,9	Teruel
De La Jara	51,2	Toledo
De Villacañas a Quintanar de la Orden o del Trenillo	26,0	Toledo
De Turia-Cabriel FI (Tr.: Turia-Siete Aguas)	34,8	Valencia
De La Safor	6,5	Valencia
De Senda del Río Duero	753,6	Varias
Del Camino del Río Ebro	1.287,1	Varias
Del Agua soriano. Camino Antonino	116,5	Varias
Del Río Tajo	1.013,9	Varias
Del Río Guadiana	1.008,9	Varias
De Las Villuercas	68,7	Varias
De Atxuriaga a Gallarta	13,9	Vizcaya
De Galdames - Sopena	6,8	Vizcaya
Del Paisaje Agrario Sayagués	14,7	Zamora
Del Santander Mediterráneo	11,7	Zaragoza

# El desarrollo sostenible del turismo en el Derecho español

Omar Bouazza Ariño<sup>1</sup>

Profesor Titular de Derecho Administrativo. Universidad Complutense de Madrid

Es bien conocido el importante desarrollo socioeconómico que ha implicado el turismo en España desde que a mediados del siglo XX eclosionara lo que se ha denominado como “el boom turístico”, el turismo de masas o el turismo de sol y playa. La bonanza económica de los países del Norte de Europa tras la II Guerra Mundial, así como las aspiraciones de los ciudadanos ligadas al Estado del Bienestar, situarían a nuestro país como una primera potencia que se consolidaría con el transcurso de los años.

Con la aprobación de la Constitución Española de 1978 (“la Constitución” o simplemente “CE”, en adelante) y el cambio de paradigma que propició la primera gran crisis turística a finales de los años 80, fue calando en lo turístico nuevas exigencias que implicaban ponderar los imperativos económicos con respecto del cuidado de los recursos naturales, la protección de la cultura y, también, la atención a las implicaciones sociales que puede tener este importante fenómeno. En efecto, en esta época, tras observarse el fracaso del modelo desarrollista, se incorporan nuevas variables al turismo como, por ejemplo, los conceptos de calidad o

de protección del medio ambiente, con lo que se originaron las tendencias hacia la diversificación de la oferta turística, promocionando también otras modalidades de turismo, como el cultural. Estos postulados quedarían plasmados en el Plan Integral de Calidad del Turismo Español de 1992, antesala de la normativa turística autonómica que empezaría a aprobarse a mediados de los noventa. Así impregna el concepto de desarrollo sostenible en el ámbito del turismo.

## CONCEPTO

El desarrollo sostenible consiste en el mantenimiento de las condiciones actuales de crecimiento haciéndolas compatibles con aquellas condiciones que hoy hacen agradable y valiosa la vida, esto es, con un medio ambiente sano, con una protección de las sensibilidades culturales y con un acceso de todos a esas cualidades<sup>2</sup>. La Organización Mundial del Turismo especifica el concepto de desarrollo sostenible del turismo como aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. El desarrollo sostenible del turismo se concibe como

<sup>1</sup> obouazza@der.ucm.es. Este trabajo ha sido realizado en el marco del proyecto de investigación, “El reto de la reafirmación del Estado del Bienestar en la protección de los derechos humanos” (DER2015-65524-R), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

<sup>2</sup> Omar Bouazza Ariño, *Ordenación del territorio y turismo (un modelo de desarrollo sostenible del turismo desde la ordenación del territorio)*, Atelier, Barcelona, 2006.



una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. De ello se puede deducir, por lo tanto, que el concepto de desarrollo sostenible del turismo se articula en base a cuatro vertientes fundamentales: la económica, la ambiental, la social y la cultural.

### EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO EN EL MARCO CONSTITUCIONAL

En España, el turismo es una materia descentralizada. La Constitución, en su artículo 148, recoge el turismo como una de las materias susceptibles de ser asumidas por las Comunidades

Autónomas en sus respectivos Estatutos de Autonomía. Todas las Comunidades Autónomas han incorporado esta materia en sus respectivas normas institucionales básicas. Y por ello han aprobado sus respectivas leyes generales de turismo, en un proceso que comenzó a mediados de la década de los 90. En algunos casos incluso habrán desarrollado un cuerpo normativo reglamentario y subsectorial nada desdeñable, como es el caso de Andalucía, Cataluña, e incluso de manera más abundante en las Islas Baleares y las Islas Canarias.

El Estado también ha dictado normas que inciden directamente en el ámbito del turismo sostenible, fruto del ejercicio de sus competencias exclusivas en materia de bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica (art. 149.1.13<sup>a</sup> CE) y de legislación básica medioambiental (art. 149.1.23<sup>a</sup>). Una

El turismo de masas o el turismo de sol y playa situarían a nuestro país como una primera potencia que se consolidaría con el transcurso de los años. Foto: Alvaro López.

de las más recientes y significativas es el *Real Decreto 416/2014, de 6 de junio, por el que se aprueba el Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad 2014-2020*. De entre sus metas principales destaca la de fomentar la integración de la consideración de la biodiversidad en las políticas sectoriales. Y, en concreto, la de promover la sostenibilidad del turismo de naturaleza, por lo que perseguirá la sostenibilidad ambiental de las actividades que implica y asegurar la compatibilidad entre uso y disfrute del medio con su cuidado adecuado.

Las Comunidades Autónomas han asumido la evolución de la investigación internacional sobre desarrollo sostenible del turismo y han incorporado sus postulados en sus normas generales de ordenación del sector. Brevemente, podemos resumir lo establecido en la normativa autonómica en materia de desarrollo sostenible, desde sus perspectivas ambientales y culturales, diciendo que la actividad turística no debe menoscabar el patrimonio natural y cultural y no debe producir un impacto territorial negativo. La normativa autonómica plasma la idea del entendimiento del turismo como una vía de protección del patrimonio cultural y natural por medio de una correcta planificación.

El turismo no se considera una industria que impacte sobre el territorio en mayor o menor intensidad que otras industrias como la agricultura intensiva o la construcción, sino que bien planificada puede contribuir a la protección del medio ambiente y de la cultura. Pensemos, por ejemplo, en el caso del turismo rural, el cual, con una correcta planificación, contribuye a la revitalización y rehabilitación de áreas rurales deprimidas, evitando fenómenos como el éxodo del campo a la ciudad con el consiguiente abandono de los cultivos y, por ende, la transformación de paisajes, entre otros problemas ambientales, como por ejemplo, los incendios forestales.

Debemos destacar asimismo la vertiente social del desarrollo turístico sostenible, ampliamente recogida en la legislación turística autonómica. En efecto, un modelo de turismo sostenible es aquel que hace prevalecer los objetivos socia-

les frente a los intereses particulares, por lo que se exigirá una intensa labor de los poderes públicos en este sentido. Unos objetivos sociales, por otro lado, que dejarán de ser exclusivamente economicistas.

Veamos, a continuación, con más detenimiento, las diferentes aristas que presenta nuestro concepto y su irradiación en la legislación relevante.

## LA VERTIENTE ECONÓMICA, AMBIENTAL, SOCIAL Y CULTURAL DEL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO

### 1. Vertiente económica

El desarrollo del turismo será sostenible desde una perspectiva económica si la política general y la sectorial turística favorecen –o, al menos, no afectan negativamente– el mantenimiento de otras industrias económicas. Así, entiendo, por ejemplo, que el monocultivo turístico en una economía es una manifestación clara de desarrollo del turismo insostenible pues se hace depender el progreso económico de una única industria, que puede resultar vulnerable, como sabemos, por causas internas o externas (terrorismo, cambio climático, etc.). La subida de los precios de la energía, el agua y otros servicios básicos que incrementen de una manera antieconómica los costes de otras actividades, como la agricultura, también puede decirse que implicaría el desarrollo de un modelo insostenible de turismo.

Una medida de re-equilibrio de beneficios y cargas en autonomías de gran densidad turística puede ser la implantación de impuestos turísticos. Estos instrumentos fiscales, bien pensados y configurados, pueden servir a modo de compensación por el incremento de los precios de servicios públicos, a los que me he referido antes, por la sobredemanda en ciertas épocas del año, así como por el coste de las obras de una infraestructura saturada como consecuencia de un turismo mal planificado. A modo de ejemplo, el destino de parte de los fondos recaudados al sector agrícola, aliviaría a este sector de



la subida de precio del agua como consecuencia del incremento de su precio a causa de la intensa demanda, como ocurre, por ejemplo, en el caso de Baleares<sup>3</sup>.

Y es que precisamente una planificación deficiente así como la ausencia de coordinación entre

<sup>3</sup> Actualmente existen sendos impuestos turísticos en Cataluña y las Islas Baleares, aprobados por la *Ley del Parlamento catalán 5/2012, de 20 de marzo, de medidas fiscales, financieras y administrativas y de creación del impuesto sobre las estancias en establecimientos turísticos*; y la *Ley balear 2/2016, de 30 de marzo, del impuesto sobre estancias turísticas y de medidas de impulso del turismo sostenible*, respectivamente. En el caso de Cataluña, tiene como finalidad primordial la promoción turística. En el caso del impuesto balear, se extiende también a otras finalidades, como las medioambientales, culturales, de protección de la agricultura y ganadería así como de lucha contra la precariedad laboral. Habrá que comprobar si la aplicación e ambas medidas contribuye efectivamente a un reparto justo de los beneficios y cargas que produce el turismo masivo.

Administraciones, provoca en ciertos territorios la llegada masiva de visitantes, acuciada en los últimos años como consecuencia del fenómeno de los apartamentos turísticos ilegales. En muchas ocasiones la infraestructura existente queda desbordada, como ocurre con la de saneamiento y depuración de aguas residuales, en una clara manifestación de una extralimitación de la capacidad de carga. En esta línea, uno de los retos a corto y medio plazo de la normativa será la de la ordenación y gestión adecuada del territorio, la coordinación y cooperación efectiva entre administraciones con competencias sobre el territorio y la regulación adecuada de los apartamentos turísticos, con el suficiente cuidado y vigilancia para evitar la oferta ilegal así como limitar la legal ya que su masificación tiene un enorme impacto negativo en la población residente, en

A partir de los 80 se originaron las tendencias hacia la diversificación de la oferta turística, promocionando también otras modalidades de turismo, como el cultural. Mezquita Catedral de Córdoba. Foto: Víctor Bretón.

cuanto al encarecimiento de los precios de los arrendamientos menoscabando, así, las condiciones de vida de la población residente.

El impacto positivo del turismo desde la perspectiva económica trasciende a la mera consideración de la normativa turística. Los poderes públicos deberán promover el mantenimiento de otras industrias económicas, con la finalidad de evitar que el turismo implique su desaparición. Constituye un enorme riesgo de confiar la prosperidad económica a un solo sector, como el turístico, ya que coloca a la economía general en una posición vulnerable en caso de crisis del sector. La diversificación del modelo económico, por lo tanto, debe ser una prioridad. Por ello, será un error ofrecer una visión aglutinadora desde la legislación reguladora de un sector como el turístico, intentando atraer lo probablemente regulado desde otros sectores como el del comercio, añadiendo el componente turístico.

## 2. Vertiente ambiental

El desarrollo del turismo es sostenible desde la perspectiva ambiental cuando se muestra respetuoso con el medio ambiente.

La legislación turística autonómica muestra numerosas manifestaciones de esta vertiente. Por ejemplo, la *Ley 13/2011, de 23 de diciembre, de turismo de Andalucía*, contempla de entre las obligaciones generales de las empresas turísticas la de “Prestar los servicios conforme al principio de sostenibilidad, respetando y protegiendo el entorno medioambiental, el patrimonio histórico y cultural y los recursos turísticos de Andalucía en el ejercicio de sus actividades” [art. 24 k)]. De la misma manera, es una obligación de las personas usuarias, la de “f) Respetar el entorno medioambiental, el patrimonio histórico y cultural y los recursos turísticos de Andalucía” [art. 22 f)]. Se contempla igualmente la protección frente a la contaminación acústica, como derecho del turista [art. 21.e)] y obligación del empresario turístico [art. 24.d)]. De hecho, constituye una infracción grave no evitar la generación de ruidos propios del establecimiento de alo-

jamiento que impidan la tranquilidad de las personas usuarias [art. 71.8)]<sup>4</sup>. Una última manifestación de la sostenibilidad del turismo desde la perspectiva ambiental viene dada por la referencia al problema del cambio climático. Así, contempla de entre las acciones a llevar a cabo para lograr los objetivos recogidos en la Ley, la adopción de medidas para la adaptación de los establecimientos hoteleros a los efectos del cambio climático [art. 10.h)]. Se trata, además, de un tema que deberá estar presente, irremediablemente, en la elaboración de los instrumentos de planificación. No en vano, los Marcos Estratégicos para la Ordenación de los Recursos y las Actividades Turísticas, deberán contener “evaluación de la incidencia ambiental del modelo turístico propuesto, incluyendo los efectos del cambio climático, y su coherencia con el desarrollo sostenible” [art. 12.2.c)]. Y el modelo de planificación turística de la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía no podrá ignorar el objetivo de la “Implantación de acciones de sostenibilidad medioambiental y adaptación al cambio climático” [art. 13.2.d)]<sup>5</sup>. En fin, la

<sup>4</sup> La vinculación del derecho a la intimidad con el derecho a un medio ambiente adecuado procede de la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos. En la sentencia *López Ostra c. España*, de 9 de diciembre de 1994, se condena por primera vez a un Estado por la inactividad de la Administración ante las graves molestias graves –a modo de ruido, vibraciones y olores nauseabundos– que el provocaba funcionamiento ilegal de una planta depuradora, afectando al goce pacífico del domicilio de la demandante. En el saludable fenómeno de la interconexión de los ordenamientos jurídicos –como estudia el profesor Lorenzo Martín-Retortillo Baquer en su libro *La interconexión de los ordenamientos jurídicos y el sistema de fuentes del derecho*, Civitas, Madrid, 2004– encontramos que esa importante sentencia ha impregnado las leyes de turismo de las Comunidades Autónomas de tal manera que ahora se considera sin ningún género de duda que los ruidos que penetran en el domicilio de una manera indeseada, pueden suponer una violación del derecho fundamental. Puede consultarse dicha jurisprudencia en mi informe sobre la jurisprudencia de este Tribunal Europeo publicado anualmente en el *Observatorio de Políticas Ambientales*, que dirige el profesor Fernando López Ramón.

<sup>5</sup> Sobre este tema, me remito a los interesantes y bien hilvanados trabajos del geógrafo Jorge Olcina Cantos, “Cambio climático y riesgos climáticos en España”, *Investigaciones Geográficas* 49, 2009, 197-220; y “El turismo ante el cambio climático”, en *Turismo y territorio: innovación, renovación y desafíos* (coords. Francisco López Palomeque, Gemma Cánoves, Asunción Blanco Romero, Anna Torres Delgado), 2014, 615-659. Y el artículo del mismo autor con Fernando Vera Rebollo, “Cambio climático y política turística en España: diagnóstico del litoral mediterráneo español”, *Cuadernos de Turismo* 38, 2016, 323-358.



Hay que promover la sostenibilidad del turismo de naturaleza, asegurando la compatibilidad entre uso y disfrute del medio con su cuidado adecuado. Cabo de Gata. Foto: Álvaro López.

ligazón entre el concepto de utilización racional de los recursos naturales y la misión de las Administraciones Públicas de promover la calidad del destino encuentra un claro reflejo en la normativa autonómica, como es el caso de la *Ley 13/2016, de 28 de julio, de Turismo del País Vasco* [art. 4.2.d)], trasunto en efecto del art. 45.2 CE, al resolver que “Los poderes públicos velarán por la utilización racional de todos los recursos naturales, con el fin de proteger y mejorar la calidad de la vida y defender y restaurar el medio ambiente, apoyándose en la indispensable solidaridad colectiva”. De tal manera que no debemos enfocar el concepto de calidad exclusivamente desde la perspectiva de la calidad esperada por el turista desde una perspectiva de conjunto, sino que también debe referirse a la satisfacción global de la experiencia que supone para el residente el desarrollo del turismo en el territorio. En ello, jugará un papel central la sostenibilidad efectiva del modelo.

### 3. Vertiente social

El desarrollo sostenible del turismo desde una perspectiva social tiene una manifestación –incluso pre-constitucional– en el turismo social y la promoción de los viajes financiados por la Administración para las personas mayores. Luego vendría también la promoción del turismo juvenil a través de los programas europeos. Tras la Constitución española de 1978 y la consagración del derecho a la igualdad en el art. 14 CE, la vertiente social del desarrollo sostenible implicará que el turismo sea accesible a todas las personas con independencia de sus capacidades, sexo, orientación e identidad sexual, raza, religión o cualquier otra circunstancia personal o social.

Esta manifestación de la sostenibilidad se recoge en la legislación turística autonómica. Por ejemplo, en diferentes preceptos de la Ley andaluza, antes mencionada. Así, la exigencia ineludible de la garantía y protección de la accesibilidad a los establecimientos [Exposición de Motivos, art. 1.2.i), 10.g), 13.2.f), 15.2, 21.m), 26.1.g), 35.2, 60.c) y e)]. Igualmente, por po-

El turismo rural, con una correcta planificación, contribuye a la revitalización y rehabilitación de áreas rurales deprimidas. Foto: Víctor Bretón.



ner otro ejemplo, se recoge en el art. 3.d) de la Ley vasca, mencionada antes también, como un fin de la Ley. De la misma manera, el art. 36.1 de la Ley andaluza contempla el carácter público de los establecimientos, lo que implicará que su acceso no podrá ser restringido por motivos de raza, sexo, religión, opinión o



cualquier otra circunstancia personal o social. No en vano, la transgresión de esta norma implicará una infracción muy grave (art. 72.2 de la Ley andaluza), que tiene como consecuencia sanciones principales de 18001 a 150000 euros, a las que se puede acompañar de sanciones accesorias de suspensión temporal del

ejercicio de servicios turísticos o la clausura temporal del establecimiento o de la unidad de alojamiento, en su caso, por un periodo comprendido entre seis meses y tres años. La ley vasca, por su parte, contempla en su artículo 14 el derecho de toda persona de acceso a los establecimientos turísticos sin que se pueda

excepcionar por razones de sexo raza, etc. El art. 15.2 de la *Ley 1/1999, 12 de marzo de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid*, por su parte, une al carácter de los establecimientos turísticos de establecimientos abiertos al público, la exigencia de que no se limite su acceso a ninguna persona por los motivos antes citados. Y así sucesivamente en el resto de normas autonómicas.

La Ley andaluza contempla una norma específica en materia de prohibición de discriminación por razón de género. En el sector del ocio y del turismo es especialmente importante que se insista en esta cuestión ante las campañas publicitarias, fiestas, etc., de contenido estereotipado y denigrante hacia las mujeres que en no pocas ocasiones se han dado ya sea por iniciativa privada e incluso pública<sup>6</sup>. Por ello, el art. 31 indicará que “En toda publicidad, anuncios, documentación, correspondencia y tarifas de precios, así como en las facturas de servicios turísticos desarrollados reglamentariamente, se deberán hacer constar, de manera legible e inteligible, los elementos propios de su clasificación administrativa, con los símbolos acreditativos de la misma que reglamentariamente se determinen y respetando una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres, así como el uso no sexista del lenguaje”. Como contrapunto, “Las personas titulares de los establecimientos turísticos podrán recabar el auxilio de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad para desalojar de los mismos a las personas que incumplan las reglas usuales de convivencia social, sus normas de régimen interior, o que pretendan acceder o permanecer en los mismos con una finalidad diferente al normal uso del servicio” (art. 36.4), norma que se refiere claramente al derecho de admisión y que podría amparar, por ejemplo, impedir la entrada a una persona que va totalmente desnuda, pues no atiende a las normas usuales de convivencia, así como a aquella persona que va con la cara tapada,

<sup>6</sup> Asimismo la Ley adopta una perspectiva de género en cuanto al uso del lenguaje, de tal manera que hace referencia indistintamente *al turista y a la persona usuaria* de servicios turísticos.

pues impide su reconocimiento así como la interacción con los demás ciudadanos, línea no exenta de polémica, que ha sido mantenida en la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos<sup>7</sup>.

Finalmente, debe destacarse la importancia de ofrecer una amplia información sobre los impactos –positivos y negativos– del turismo a los ciudadanos y abrir procesos participativos que permitan que los ciudadanos residentes se puedan sentir parte de una industria que se desarrolla en el territorio que habitan y que indudablemente, si se ordena, gestiona y planifica correctamente, puede tener unos beneficios de primer orden desde una perspectiva económica, ambiental, social y cultural. La normativa autonómica en general recoge la participación orgánica. Es decir, mediante la participación de los ciudadanos en órganos de la Administración. La participación cooperativa tímidamente se contempla en alguna autonomía, como la asturiana. La participación directa realmente no ha calado en este sector del ordenamiento. Debido al enorme impacto de esta actividad en el territorio, debiera darse más presencia a los residentes en la formación de decisiones administrativas que afectan al turismo.

#### 4. Vertiente cultural

El desarrollo turístico, si pretende ser sostenible, deberá respetar la cultura del territorio de acogida. La Ley y las Administraciones Públicas deben jugar un papel importante en la exigencia irrenunciable del uso de la lengua o lenguas oficiales. En el caso de Andalucía, el español, en garantía del derecho de los residentes de te-

<sup>7</sup> Al respecto, véase la Sentencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos recaída en el caso *S.A.S. c. Francia*, de 1 de julio de 2014, sobre la Ley francesa de *prohibición del burka*, que comenté en el número 95 de la *Revista de Administración Pública* (2014), págs. 233 y ss. Me remito también al comentario de Lorenzo Martín-Retortillo, “El debate sobre el uso de los espacios públicos, ¿andar por la calle desnudo o con la cara tapada?”, *Asamblea: revista parlamentaria de la Asamblea de Madrid* 33, 2015, 13-72; y al artículo de Juli Ponce Solé, “¿Hacia un nuevo concepto de orden público? A propósito de la Sentencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos de 2014 sobre le burka: ¿obligación jurídica de vivir juntos o derecho a autoexcluirse y ser un outsider?”, *Revista Española de Derecho Administrativo* 170, 2015, 215-240.



ner acceso a toda la información ofrecida en el territorio de Andalucía y a recibir los servicios turísticos en general en la lengua propia y oficial en la Comunidad Autónoma. En este sentido, la Ley de Turismo de Andalucía contempla la obligación de que las tarifas de precios, así como las facturas correspondientes a los servicios turísticos efectivamente prestados o contratados, deban estar desglosadas por conceptos y redactadas, al menos, en castellano (art. 32.3). Se trata de una norma insuficiente que debiera extenderse a toda la información turística que ofrecen los establecimientos, como ocurre en el caso de la Ley 5/1999, de 24 de marzo, del Turismo de Cantabria, cuyo artículo 14.2 exige que “Los rótulos, la documentación, publicidad, indicaciones, listas de precios o facturas, deberán estar redactados en castellano, sin que ello impida el empleo simultáneo de otros idiomas, o el uso de cualquier nombre propio como denominación”.

Igualmente, el crecimiento turístico, incitado por criterios meramente económicos, no deberá suponer la destrucción del patrimonio clasificado y, en general, el carácter e historia de un territorio dado.

## FINAL

El concepto de desarrollo sostenible del turismo implica toda una serie de consideraciones adicionales a las aquí presentadas. Su tratamiento desbordaría claramente el objeto de este trabajo. Aquí he intentado exponer los componentes que articulan el concepto de desarrollo sostenible y su presencia en la normativa turística. Como conclusión diría que el desarrollo de un modelo turístico sostenible implica su eficiencia económica, es decir, que el turismo favorezca el desarrollo económico, sin menoscabar el mantenimiento de otros sectores económicos, tarea en la que las Administraciones Públicas deberán asumir un papel activo. Asimismo, el desarrollo sostenible del turismo debe compatibilizarse con la protección de los recursos naturales y culturales. Y finalmente debe ser un desarrollo amable con la diversidad social por lo que la legislación claramente opta por subrayar el mandato ineludible de la garantía de la igualdad en el acceso a los establecimientos turísticos, sin considerar las diversas capacidades del turista, su sexo, religión, origen, identidad u orientación sexual o cualquier otra circunstancia personal o social. ❀

La normativa autonómica plasma la idea del entendimiento del turismo como una vía de protección del patrimonio cultural y natural por medio de una correcta planificación. Alcazar de los Reyes Cristianos. Córdoba. Foto: Víctor Bretón.

# Rutas del Vino de España: enoturismo de calidad como motor de desarrollo sostenible

**Rosario Hernández Romero**

Responsable Técnica de ACEVIN y del Club de Producto Rutas del Vino de España

Disfrutar de los territorios vitivinícolas con más tradición de España: esta es la propuesta que la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) ofrece a través de su marca turística "Rutas del Vino de España". Turismo sostenible y de calidad para recorrer la geografía española de la mano de una iniciativa en la que también participan la Secretaría de Estado de Turismo, el Instituto de Turismo TURESPAÑA y el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Visitas a bodegas y museos del vino, cursos de cata, maridajes, actividades en la naturaleza, patrimonio... El vino y la gastronomía son los protagonistas en estas Rutas que permiten descubrir, al mismo tiempo, toda la variedad de paisajes, culturas, tradiciones y estilos de vida de nuestro país.

Nadie hay que discuta la calidad de los vinos elaborados en las diferentes regiones de España, el saber transmitido de generación en generación que ha conducido a nuestros caldos a gozar de un merecido prestigio internacional. Las nuevas técnicas de producción y la modernización del proceso de elaboración también han permitido la creación de nuevos productos. Con todo ello, el sector vitivinícola se afianza como algo dinámico y vivo, y como apuesta segura para el desarrollo de las regiones o comarcas ligadas al mismo.

La promoción de la cultura y el turismo del vino como herramienta complementaria para ese desarrollo local es una de las principales líneas de trabajo de la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN), una asociación presidida por el Ayuntamiento de Alcázar de San Juan (Ciudad Real) que aglutina ciudades de todo el territorio nacional que tienen como denominador común la importancia del vino en su economía, cultura, patrimonio y desarrollo, y con presencia en 35 provincias, 15 CCAA y 40 Denominaciones de Origen Vinícolas. Este trabajo se plasma en la creación de un producto turístico, *las Rutas del Vino de España*, que nace a iniciativa de ACEVIN allá por el año 2001 cuando nuestra Asociación consigue el apoyo de la, entonces, Secretaría General de Turismo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio para empezar a trabajar en la definición y desarrollo de las normas de regulación de la calidad de este producto turístico innovador, temático, cultural, gastronómico y de interior que, para nosotros, surge como una estrategia de promoción y diversificación económica y de desarrollo desde lo local y a partir de la puesta en valor de los territorios y de su tradición y cultura vitivinícola para convertir una zona productora de vino en un destino turístico de calidad cuya gestión turística se base en la cooperación público-privada.

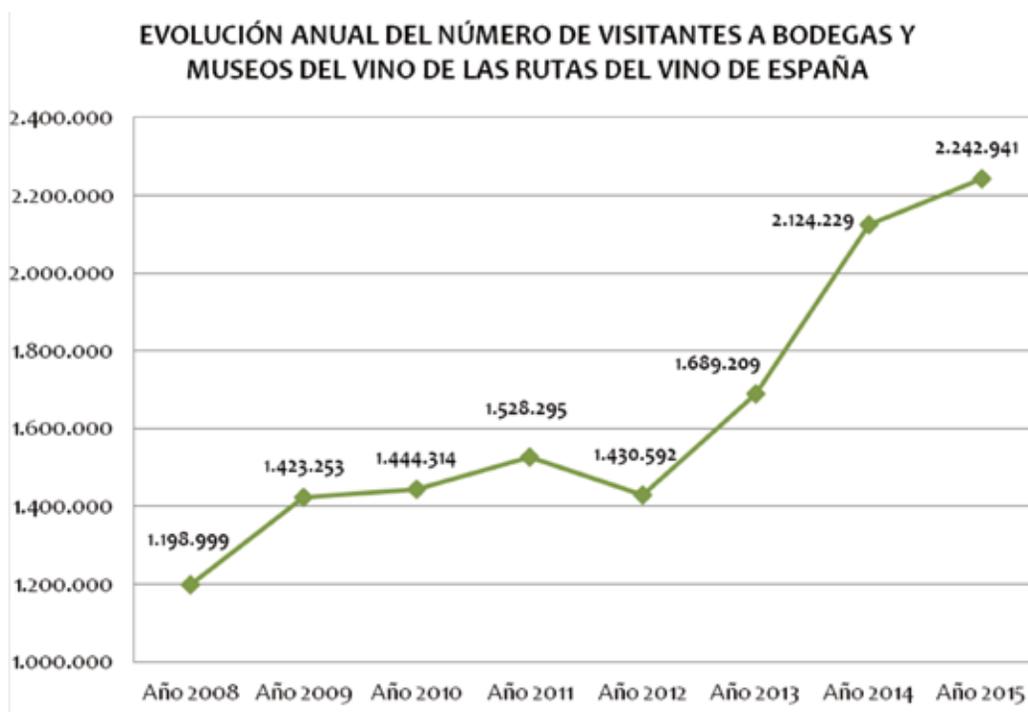


Foto: Ruta del Vino del Bierzo.

Desde el año 2001 hasta la fecha podemos decir que el trabajo desarrollado ha permitido consolidar una marca turística de calidad que, hoy por hoy, es referente nacional cuando hablamos de enoturismo, como lo demuestra, tanto el apoyo prestado por las Administraciones, como el interés creciente que nuestro producto turístico despierta entre los agentes del sector turístico, los medios de comunicación y los propios turistas. Así, hemos pasado de contar, en los inicios del proyecto, con seis destinos enoturísticos piloto en los que se empezó a trabajar para configurar el modelo de las Rutas del Vino, a disponer de un Club de Producto Turístico que actualmente está integrado por 27 Rutas del Vino certificadas conforme a la marca Rutas del Vino de España, y que además continúa creciendo al preverse a corto y medio plazo la incorporación de nuevos destinos.

El turismo del vino está adquiriendo un importante peso específico dentro de la oferta turística de España. Los datos de los que disponemos lo corroboran. Las últimas cifras anuales sobre el número de enoturistas que visitan las bodegas y museos del vino de las Rutas del Vino de nuestro Club de Producto correspondientes al año 2015 son muy positivas: alcanzamos una cifra de más de 2 240 000, lo que supone un incremento de más del 5,5% respecto al año anterior y casi el doble con respecto al año 2008 en el que por primera vez empezamos a medir este dato.

Además, el enoturismo es, igualmente, un segmento novedoso que encaja en las tendencias más dinámicas del sector turístico (transformación del modelo de sol y playa, incremento del turismo de interior, cultural, de naturaleza



#### VARIACIÓN PORCENTUAL INTERANUAL

Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
	18,70%	1,48%	5,81%	-6,39%	18,08%	25,75%	5,59%

Fuente: Elaboración propia ACEVIN. Año 2016.

y rural, gastronómico, apuesta por la sostenibilidad, etc.) y cuyo potencial de desarrollo es comprendido por todos los agentes públicos y privados de los territorios vitivinícolas de nuestro país y por las Administraciones Públicas. Así, el turismo enológico está experimentando un crecimiento espectacular en España y en todo el mundo. Desde hace poco más de una década, en que resultaba ser una modalidad turística prácticamente desconocida en nuestro país, hasta hoy en día, momento en el que prácticamente todas las regiones vitivinícolas y denominaciones de origen están desarrollando o muestran interés por la creación de rutas del vino, se han acometido múltiples iniciativas en nuestro país. En este sentido, el sector del vino está apostando fuertemente por el negocio turístico. Cada vez son más las bodegas, tanto las de gran renombre como las más pequeñas y tradicionales, que entienden el turismo enológico como un negocio complementario a la producción vinícola, cada vez

más significativo y que, al tiempo, sirve para potenciar la imagen de marca de sus vinos. Pero también queremos destacar que desde nuestro planteamiento el turismo del vino no consiste únicamente en visitar bodegas, sino que engloba un conjunto de servicios integrados de forma modular en una oferta profesionalizada orientada a la innovación, la originalidad, la diversificación y, sobre todo, turismo no masivo y de calidad. Así pues, además de las visitas a bodegas, una Ruta del Vino ofrece al turista una gran variedad de recursos (gastronomía, cultura, patrimonio, fiestas, recursos naturales, oferta de ocio complementaria,...) y actividades (catas de vino, talleres de gastronomía, senderismo, excursiones a caballo, a pie o en bici, disfrutar de balnearios, catas de aceite, queso o papas, visitas a museos del vino y etnográficos, sumergirse en mercadillos tradicionales, practicar submarinismo, parapente o golf, bañarse en la playa, etc.) que le permitirán organizar su viaje conforme a sus



Foto: Ruta del Vino de la Rioja Alavesa.

intereses y sumergirse en la cultura del territorio vitivinícola.

Por su parte, el enoturista es un tipo de turista que se encuentra motivado por el doble interés de conocer un destino ligado al vino y su patrimonio y por realizar actividades en torno a este producto de gran valor cultural. No tiene por qué ser un gran conocedor y experto en vino, aunque sí es un amante del mundo del vino. Es un turista que valora cuestiones tales como la hospitalidad del destino, la profesionalidad en la atención, la calidad de los recursos, la accesibilidad y la calidad de la información, la flexibilidad a la hora de componer su propio viaje y, cómo no, la relación calidad-precio. En este sentido, el Club de Producto Rutas del Vino de España de ACEVIN ha articulado todo un sistema de autorregulación de la calidad que garantiza al visitante unos estándares básicos de calidad establecidos por ACEVIN y la Secretaría de Estado de Turismo y que afectan tanto al sistema de gestión, señalización, promoción y comercialización del destino enoturístico, como a todos los establecimientos (restaurantes, alojamientos, bodegas, comercios, etc.) que forman parte de la ruta. Así, la marca característica de las Rutas del Vino de España frente a otras propuestas enoturísticas es la calidad, que redundando directamente en la confianza de quien las elige para su viaje.

## EL MODELO RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA: DEFINICIÓN Y ASPECTOS CLAVE

Desde un punto de vista más técnico, el modelo turístico de las Rutas del Vino de España se basa en la integración de los recursos y servicios turísticos de interés de una zona vitivinícola, planteados desde la autenticidad y la vocación vivencial. Es, además, un producto que se asienta sobre una estrategia de desarrollo socioeconómico integral del territorio, de cooperación público-privada y de valorización de la identidad y cultura vitivinícola del destino. La viticultura es, por tanto, el eje temático de este producto y el turista lo percibe durante todas las etapas de su viaje y en cualquier componente de la cadena de valor turística que constituye la Ruta del Vino. Así pues podemos decir que:

- Para el turista, una Ruta del Vino es un destino turístico de calidad que ofrece la posibilidad de sumergirse en la cultura, tradición y costumbres de un territorio vitivinícola. Pasear por un viñedo, visitar una bodega y conocer el proceso de elaboración del vino, alojarse en un entorno rural, tomar un buen vino en una taberna y adquirir productos típicos en una tienda especializada, son algunas de las experiencias que una Ruta del Vino brinda al visitante. Todo ello, sin olvidar la oportunidad

de conocer el patrimonio histórico, cultural y natural de esas ciudades.

- Técnicamente, una Ruta del Vino es un producto/destino turístico enormemente complejo que se traduce en una red de cooperación empresarial y de cooperación público-privada que integra tanto a empresas específicamente turísticas como a otras cuyos sectores han estado tradicionalmente lejos del turismo (bodegas, enotecas, tiendas especializadas, restaurantes, bares, hoteles, alojamientos rurales, agencias de viajes y de receptivo, actividades recreativas, etc.). También incorpora a las administraciones locales del territorio por donde transcurre la ruta como gestoras de gran parte de los valores y recursos del territorio. Esta red de cooperación se materializa en un ente gestor que tiene entidad propia (asociación, consorcio, etc.) y que se encarga de la planificación, control de calidad, gestión y comercialización del producto turístico.
- Formalmente, una Ruta del Vino ha de respetar los criterios de calidad y normas de autorregulación que ACEVIN y la Secretaría de Estado de Turismo han fijado en el Manual del Producto Turístico Rutas del Vino de España. En este manual se definen desde los requisitos de gestión, señalización, promoción y comercialización que han de cumplir las Rutas del Vino de España, hasta los requisitos o criterios de calidad que han de respetar todos los establecimientos que forman parte de la oferta de servicios de la Ruta del Vino: restaurantes, alojamientos, bodegas, comercios, etc. En este sentido y para controlar la calidad del Club de Producto Rutas del Vino de España se estableció un Sistema de Certificación de las Rutas del Vino de España, es decir, un mecanismo que de manera periódica examina y reconoce a una Ruta del Vino el cumplimiento de los requisitos y estándares de calidad especificados en el Manual de Producto y, en consecuencia, el derecho al formar parte de este Club de Producto y al uso de la marca turística “Rutas del Vino de España”.

Así pues el producto Ruta del Vino de España podría definirse como *“la integración bajo un mismo concepto temático de los recursos y servicios turísticos de interés de una zona vitivinícola, planteados desde la autenticidad y la vocación vivencial, con el fin de construir un producto desde la identidad propia del destino, optimizando la comercialización conjunta de la zona, el nivel de satisfacción de la demanda, y el desarrollo socioeconómico integral del territorio”*.

A partir de esta definición es importante destacar varias cuestiones o aspectos clave de nuestro modelo de enoturismo:

- Se trata de un producto turístico de carácter integral cuya planificación debe englobarse en su totalidad entendiendo que el producto turístico es algo más que únicamente los recursos turísticos, las bodegas o la oferta de alojamiento, integrando, por tanto, otros muchos componentes para los cuales se establecen normas de calidad.
- El valor enológico y cultural del producto, es decir, sin cultura del vino no hay ruta del vino y sin ruta del vino no hay producto turístico. La viticultura es el eje temático de este producto y el turista debe percibirlo durante todas las etapas de su viaje y en cualquier componente de la cadena de valor turística que constituye la ruta. Esto es que en el destino debe “respirarse” cultura vitivinícola y ésta, a su vez, debe ser el hilo conductor de la oferta.
- La Ruta del Vino requiere una gestión en su doble concepción, tanto territorial o gestión del destino (entendiendo el destino como el soporte del producto y además el recurso a consumir), como sectorial o gestión del producto (entendido como un producto turístico estructurado que se ofrece en el mercado a los consumidores por un precio determinado).
- El objetivo último del producto turístico es el desarrollo socioeconómico del territorio, es decir, se trata de una estrategia de desarrollo endógeno del territorio a través de la comer-



cialización de un producto turístico que garantice la satisfacción de la demanda turística.

### EL MODELO RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA: ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL Y SOSTENIBILIDAD

Como ya se ha dicho anteriormente promover el turismo del vino se plantea en ACEVIN como una estrategia de desarrollo local del territorio.

En este sentido, desde ACEVIN pensamos que el turismo del vino en general, y el modelo de Rutas del Vino de España en particular, impulsa el desarrollo socio-económico integral y sostenible del territorio, generando empleo y riqueza y mejorando la calidad de vida de la

población local. De forma más concreta, nuestro modelo fomenta:

- El incremento de la actividad turística en el territorio.
- La generación una nueva vía de ingresos complementaria para los productores vitivinícolas.
- El incremento de las ventas de vino y del precio medio de venta de la botella, especialmente en las bodegas más pequeñas.
- La mejora del entorno e infraestructuras.
- La mejora de la imagen del vino como producto y de su efectividad comercial en los canales tradicionales.

Foto: Ruta del Vino de Cigales.

- El turismo experiencial, al plantear un producto turístico basado en la identidad cultural del destino con atributos intangibles y emocionales.
- La diversificación y desestacionalización de la actividad turística.
- El reequilibrio socio-territorial con la oportunidad de estructurar una oferta turística en torno al mundo y la cultura del vino en zonas rurales de interior que, tradicionalmente, no han sido zonas turísticas.
- La calidad turística, puesto que se trata de un modelo basada en un sistema de autorregulación de la calidad y revisión continua de los parámetros de calidad establecidos.
- La corresponsabilidad público-privada y participación social en la gestión del destino-producto.
- La cultura cooperativa, ya que el modelo Rutas del Vino de España se basa en la cooperación de los agentes públicos y privados vinculados al destino-producto Rutas del Vino y, más allá de esto, en la cooperación entre los distintos destinos-producto que configuran el Club de Producto Rutas del Vino de España.
- El liderazgo compartido y gobernanza participativa en tanto que la gestión del destino-producto corresponde a la red de cooperación público-privada que constituye la Ruta del Vino y su Ente Gestor.

En definitiva, estamos convencidos de que el modelo Rutas del Vino de España es un ejemplo de sostenibilidad turística en sus tres dimensiones: económica, sociocultural y medioambiental, ya que apuesta por la calidad, por el progreso de unos territorios donde el vino explica su cultura, sus tradiciones o su economía, donde la cooperación entre las empresas, los agentes sociales y las administraciones se convierte en corresponsabilidad por el desarrollo y la cohesión social. Se trata, pues, de un modelo de gestión turística basado en el liderazgo compartido

y la participación de todos los agentes del territorio que, a la vez, preserva el medio ambiente, los recursos naturales, el patrimonio cultural y las tradiciones locales.

Pero además, desde Rutas del Vino de España intentamos abarcar aspectos tales como contar con empresas turísticas competitivas y socialmente responsables, la posibilidad de que todos los ciudadanos tengan la posibilidad de un turismo accesible, la existencia de buenas oportunidades de empleo en el sector y los beneficios que aportan las actividades turísticas a las comunidades locales.

#### EL SISTEMA DE CALIDAD TURÍSTICA DE LAS RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA

El sistema de calidad de las Rutas del Vino de España, en consonancia con otros sistemas de gestión de la calidad turística en destino, supone para las Rutas del Vino un modelo de gestión turística que concibe el destino desde un punto de vista integral que aglutina a todos los agentes públicos y privados implicados en la oferta turística (Administraciones Públicas Locales, establecimientos o empresas turísticas, establecimientos o empresas enológicas, Consejos Reguladores, etc.). Este sistema favorece, por tanto, la gestión, planificación y desarrollo del destino turístico, a la vez que armoniza los niveles de calidad de los servicios y productos que consume el turista.

Asimismo, es importante señalar que éste es un sistema vivo que periódicamente se revisa y actualiza con el fin de ajustarlo a las nuevas demandas del mercado, y cuyo contenido parte del análisis de las expectativas de los clientes potenciales y reales de las Rutas del Vino, del diagnóstico y nivel de competitividad de cada uno de los destinos del Club y del análisis de otras experiencias similares en el desarrollo de productos turísticos y en el ámbito de la calidad turística.

El objetivo del sistema de calidad de Rutas del Vino de España es, por tanto, el de orientar o



Foto: Ruta del Vino de Campo de Borja.

guiar la gestión del destino/producto turístico Ruta del Vino, estableciendo los criterios y estándares de calidad que deben cumplir aquellas zonas vitivinícolas que deseen articular una oferta turística adherida al Club de Producto Rutas del Vino de España. El beneficio por el cumplimiento de estos requisitos debe ser múltiple para todos los agentes implicados:

- Para el territorio, puesto que el cumplimiento de los criterios de calidad facilitará un desarrollo turístico sostenible, además de una mejor comercialización por la proyección en el mercado bajo la marca paraguas Rutas del Vino de España.
- Para el turista, al asegurar que el diseño del producto turístico y la prestación de los servicios que implica responderá satisfactoriamente a sus necesidades garantizando unos estándares básicos de calidad de servicio.
- Para el empresariado, que obtiene una guía para definir o adaptar sus instalaciones y servicios a los requerimientos de competitividad establecidos por los clientes y el entorno.



- Y para la población local, puesto que el desarrollo y gestión del destino turístico se hará desde criterios de sostenibilidad que tengan en cuenta la capacidad de carga del territorio y el bienestar y respeto a la población local.

Por último y entrando un poco más en detalle cabe señalar que el sistema de calidad de las Rutas del Vino de España se estructura en cinco ámbitos de actuación o Subsistemas para cada uno de los cuales se han definido criterios de calidad o normas de producto y que son los siguientes:

- **Planificación y Gestión:** recoge todos los aspectos organizativos de la Ruta del Vino como producto turístico (existencia de un Ente Gestor, plan de actuación y competitividad turística, formación de los RRHH, control de la calidad, sistema de recogida de datos u observatorio turístico, promoción y comercialización, etc.).
- **Destino:** enmarca todos los aspectos relativos al territorio y sus recursos como base del producto turístico de la Ruta del Vino (señalización, infraestructuras, seguridad, servicios públicos, medio ambiente, gestión de recursos turísticos, etc.).
- **Promoción y Comercialización:** tiene como objetivo definir los objetivos, la estrategia y los programas de actuación para promocionar y comercializar adecuadamente la Ruta del Vino (plan de marketing y comercialización, imagen corporativa, material de información y promoción, modelo de relación con el cliente, etc.).
- **Servicios Turísticos:** establece los criterios de calidad para las empresas turísticas que integran la Ruta del Vino (alojamientos, restaurantes, comercios, guías, empresas de ocio, agencias de viajes, etc.) con el objetivo de coordinar y adaptar los servicios turísticos existentes a las nuevas necesidades de la demanda enoturística.
- **Enología:** establece los criterios de calidad para las empresas enológicas que integran la

Ruta del Vino (bodegas, enotecas, museos y centros de interpretación del vino, etc.) con el objetivo de adecuar la industria del vino al sector de los servicios turísticos y garantizar la calidad de la experiencia enoturística.

## EL CLUB DE PRODUCTO RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA EN LA ACTUALIDAD

En la actualidad el Club de Producto Rutas del Vino de España integra 27 destinos o Rutas del Vino Certificadas que involucran a más de 550 municipios de toda España y de 2000 empresas, alrededor de 600 de las cuales son bodegas:

1. **Ruta del Vino de Alicante** (Comunidad Valenciana). [www.rutadelvinodealicante.com](http://www.rutadelvinodealicante.com)
2. **Ruta del Vino de Arlanza** (Castilla y León). [www.rutadelvinoarlanza.com](http://www.rutadelvinoarlanza.com)
3. **Ruta del Vino Bierzo Enoturismo** (Castilla y León). [www.bierzoenoturismo.com](http://www.bierzoenoturismo.com)
4. **Ruta del Vino de Bullas** (Región de Murcia). [www.rutadelvinodebullas.es](http://www.rutadelvinodebullas.es)
5. **Ruta del Vino de Calatayud** (Aragón). [www.rutadelvinocalatayud.com](http://www.rutadelvinocalatayud.com)
6. **Ruta del Vino de La Garnacha - Campo de Borja** (Aragón). [www.larutadelagarnacha.es](http://www.larutadelagarnacha.es)
7. **Ruta del Vino de Campo de Cariñena** (Aragón). [www.rutadelvinocampodecariñena.com](http://www.rutadelvinocampodecariñena.com)
8. **Ruta del Vino de Cigales** (Castilla y León). [www.rutadelvinocigales.com](http://www.rutadelvinocigales.com)
9. **Ruta del Vino D.O. Empordà** (Cataluña). [www.rutadelvidoemporda.com](http://www.rutadelvidoemporda.com)
10. **Ruta del Vino de Lleida – Costers del Segre** (Cataluña). [www.rutadelvidelleida.com](http://www.rutadelvidelleida.com)



11. Ruta del Vino de Jumilla (Murcia). [www.rutadelvinojumilla.com](http://www.rutadelvinojumilla.com)
  12. Ruta del Vino y del Brandy del Marco de Jerez (Andalucía). [www.rutadeljerezybrandy.es](http://www.rutadeljerezybrandy.es)
  13. Ruta del Vino de Montilla – Moriles (Andalucía). [www.turismoyvino.es](http://www.turismoyvino.es)
  14. Ruta del Vino de Navarra (Navarra). [www.rutadelvinodenavarra.com](http://www.rutadelvinodenavarra.com)
  15. Ruta del Vino y del Cava del Penedès – ENOTURISME Penedès (Cataluña). [www.enoturismepenedes.cat](http://www.enoturismepenedes.cat)
  16. Ruta do Viño Rías Baixas (Galicia). [www.rutadelvinoriasbaixas.com](http://www.rutadelvinoriasbaixas.com)
  17. Ruta del Vino Ribera del Duero (Castilla y León). [www.rutadelvinoriberadelduero.es](http://www.rutadelvinoriberadelduero.es)
  18. Ruta del Vino de Ribera del Guadiana (Extremadura). [www.rutadelvinoriberadelguadiana.es](http://www.rutadelvinoriberadelguadiana.es)
  19. Ruta del Vino de Rioja Alavesa (País Vasco) [www.rutadelvinoderiojaalavesa.com](http://www.rutadelvinoderiojaalavesa.com)
  20. Ruta del Vino de Rioja Alta (La Rioja) [www.rutasdelvinorioja.com](http://www.rutasdelvinorioja.com)
  21. Ruta del Vino de Rueda (Castilla y León) [www.rutadelvinoderueda.com](http://www.rutadelvinoderueda.com)
  22. Ruta de las Bodegas y Vinos de la Serranía de Ronda (Andalucía) [www.ruta-vinos-ronda.com](http://www.ruta-vinos-ronda.com)
  23. Ruta del Vino de la Sierra de Francia – Salamanca (Castilla y León) [www.rutadelvinosierradefrancia.com](http://www.rutadelvinosierradefrancia.com)
  24. Ruta del Vino de Somontano (Aragón). [www.rutadelvinosomontano.com](http://www.rutadelvinosomontano.com)
  25. Ruta del Vino del Txakolí de Álava (País Vasco) [www.aiaraldea.org/es/descubre-el-valle/ruta-del-txakoli](http://www.aiaraldea.org/es/descubre-el-valle/ruta-del-txakoli)
  26. Ruta del Vino de Utiel – Requena (Comunidad Valenciana) [www.rutavino.com](http://www.rutavino.com)
  27. Ruta del Vino de Yecla (Murcia) [www.rutadelvinoyecla.com](http://www.rutadelvinoyecla.com)
- [www.wineroutesofspain.com](http://www.wineroutesofspain.com) 

# Nuevos tiempos para las poblaciones oseras ibéricas

Texto y Fotos: Fundación Oso Pardo

Después de siglos de persecución y relaciones intensas y difíciles entre los osos y los humanos en la Península Ibérica, entramos en el siglo XXI con un nuevo rumbo en la conservación de esta especie tan emblemática. Los osos cantábricos y pirenaicos se encuentran en la actualidad en un momento propicio, y aunque no se puede bajar la guardia porque ambas poblaciones están todavía en peligro de extinción, las perspectivas son esperanzadoras.

En la Cordillera Cantábrica, tras un acusado declive, la población osera llegó a su peor momento a principios de los años noventa del siglo pasado, cuando sobrevivían unas pocas decenas de osos, repartidos además en dos subpoblaciones pequeñas y aisladas. A finales de siglo se contabilizaban tan solo entre seis y ocho hembras con crías nacidas cada año en la subpoblación occidental cantábrica, mientras que en la oriental alternaban años con ninguna, una o dos hembras con oseznos. Desde entonces las cosas han mejorado notablemente y muestra de ello es que, en 2015, el último año en el que se han analizado los datos del censo anual, se han detectado 34 hembras con oseznos del año en la subpoblación occidental y seis en la oriental. En estas dos últimas décadas los análisis muestran que el número anual de osas con crías ha crecido un 10% anual y se

estima que en la Cordillera Cantábrica viven en la actualidad más de 250 osos. El aislamiento entre las dos subpoblaciones, que supone un grave problema al favorecer el empobrecimiento genético y reducir la viabilidad de la especie, también está en claro proceso de mejoría. Un reciente estudio genético promovido por la Fundación Oso Pardo (FOP) ha confirmado el intercambio de genes entre los dos núcleos oseros, debido al desplazamiento de machos desde la zona occidental a la oriental y su reproducción con hembras orientales. Se ha detectado un buen número de machos migrantes, así como osos de características mixtas, que reflejan la conexión genética de la amenazada subpoblación oriental.

En los Pirineos, el declive del oso a lo largo del siglo XX fue aún más acusado, pasando de los 150 o 200 que vivían a comienzos de siglo a apenas siete u ocho ejemplares que persistían a principios de los años noventa. Ante esa situación tan dramática se apostó por reintroducir osos procedentes de Eslovenia, liberando dos hembras y un macho en 1996-1997 y otras cuatro hembras y un macho en 2006 en la vertiente francesa. Entre tanto murió la última osa pirenaica en 2004, aunque la buena adaptación de los animales reintroducidos y su reproducción ha ido incrementando el número de osos



hasta llegar a más de 40 ejemplares en la actualidad, y entre tres y cinco osas con crías cada año. Las zonas con mayor presencia de osos se encuentran en los bosques leridanos del Val d'Aran y Pallars Sobirà y en las zonas limítrofes de Francia. El núcleo pirenaico occidental ocupa los valles del Roncal (Navarra), Ansó y Hecho (Huesca) y las zonas limítrofes francesas. Pero en la actualidad está formado por dos únicos machos (padre e hijo), lo que le hace inviable y subraya la necesidad de una actuación urgente que asegure su continuidad y la distribución de los osos por todo el macizo pirenaico. La recuperación de los osos pirenaicos se ha visto acompañada por una elevada conflictividad social, vinculada sobre todo a los daños

producidos al ganado de ovino en extensivo y a la falta de acuerdos y consenso en el medio rural. Esta situación se ha ido corrigiendo en los últimos años, en los que se han desarrollado intensas acciones de prevención de conflictos y se ha mejorado muy notablemente el escenario social ante la presencia del oso.

La esperanzadora situación actual de los osos cantábricos y pirenaicos responde a la aplicación de las medidas de conservación planteadas en las Estrategias para la Conservación del Oso Pardo Cantábrico y en los Pirineos, de los correspondientes Planes de Recuperación desarrollados por las comunidades autónomas y de la normativa que promueve el buen estado

Macho adulto de oso cantábrico.

### Área de distribución de la población cantábrica de osos



de conservación del hábitat del oso. Aunque todavía quedan aspectos pendientes de mejora, la realidad es que se ha avanzado mucho en el marco legal y normativo. Un aspecto muy importante es la protección que supone la inclusión de la mayor parte de las áreas oseras dentro de la Red Natura 2000 y la protección generada por la normativa y la zonificación de los espacios naturales protegidos. Pero la perspectiva favorable de los osos se debe sobre todo a la su aceptación en el medio rural y a la mejora de su imagen, que se han conseguido con la colaboración de ganaderos, apicultores, cazadores, habitantes locales, administraciones y conservacionistas. El oso ha pasado de ser una fiera perseguida a un animal querido y respetado, símbolo de la calidad natural de unos valiosos paisajes y elemento clave para apoyar el desarrollo rural.

#### RETOS ACTUALES DE CONSERVACIÓN

En este escenario cambiante y con las dos poblaciones ibéricas de osos en proceso de recuperación, resulta necesario mantener los

esfuerzos que lo han hecho posible, tanto los relacionados con la protección efectiva de la especie y su hábitat como los dirigidos a favorecer la buena convivencia entre osos y personas. Aunque los indicadores de la evolución de las poblaciones oseras demuestran que las cosas van bien, todavía hay mucho trabajo pendiente y siguen siendo imprescindibles las labores de seguimiento, vigilancia y protección del oso, y también la prevención y resolución de conflictos y compensación de daños, que tan importantes han sido en estos años pasados. Además, los nuevos tiempos plantean nuevos retos de conservación. Hay más osos en los montes y crecen las probabilidades de encuentros entre osos y personas, que pueden verse favorecidos porque los usos humanos también han cambiado en las montañas. Por ello, deben abordarse retos como la adecuada regulación y control del turismo de observación de osos y otra fauna. Estas actividades han experimentado un tremendo desarrollo e interés en los últimos años y pueden suponer una oportunidad para incrementar la sensibilización sobre la especie y su aceptación en el medio rural, pero es necesario estar seguros que no van a producir efectos negativos, como molestias a los animales o altera-

### Área de distribución de la población pirenaica de osos



ciones en su comportamiento natural. En este sentido, hay que prevenir y atender los posibles conflictos asociados a los osos que se acercan demasiado a los asentamientos humanos, incluso a pleno día, mostrando comportamientos de habituación a la presencia de personas que generan alarma social. Muchas de estas situaciones se basan en el oportunismo trófico de los osos, pero requieren que las administraciones ambientales disuadan a estos ejemplares para prevenir conflictos que pueden llegar a ser graves.

#### APOYO EUROPEO A LA CONSERVACIÓN DE LOS OSOS EN LA CORDILLERA CANTÁBRICA Y LOS PIRINEOS

Las poblaciones cantábrica y pirenaica de oso pardo se encuentran entre las más meridionales y aisladas de Europa, y son los últimos reductos de una distribución mucho más extensa y que fue perdiendo territorios como consecuencia de la persecución humana en siglos pasados. En este sentido, su conservación es muy relevante por lo que representan en esos macizos montañosos, pero también por su contribución

demográfica y genética al conjunto de los osos europeos, cuya historia evolutiva ha estado marcada por flujos e intercambios entre poblaciones. La Cordillera Cantábrica y los Pirineos son además excelentes escenarios en los que promover una cohabitación entre osos y humanos, entre los valores naturales y las personas que habitan y trabajan en el territorio, que es uno de los principios directores de las políticas europeas para la conservación de la naturaleza.

**Con las dos poblaciones ibéricas de osos en proceso de recuperación, resulta necesario mantener los esfuerzos que lo han hecho posible, tanto los relacionados con la protección efectiva de la especie y su hábitat, como los dirigidos a favorecer la buena convivencia entre osos y personas**

**Debe abordarse la adecuada regulación y control del turismo de observación de osos. Esta actividad ha experimentado un tremendo desarrollo en los últimos años y pueden suponer una oportunidad para incrementar la sensibilización sobre la especie y su aceptación en el medio rural, pero es necesario estar seguros de que no van a producir efectos negativos, como molestias a los animales o alteraciones en su comportamiento natural**

La integración de la conservación de la biodiversidad en las políticas agrícolas y forestales es uno de los objetivos de la vigente Estrategia Europea sobre la Biodiversidad hasta 2020.

El interés y apoyo europeo a la conservación de las poblaciones oseras ibéricas viene de lejos, y uno de los mecanismos más importantes para ello ha sido el desarrollo de proyectos LIFE. El programa LIFE, nacido en el año 1992, es un instrumento financiero de la Unión Europea destinado a favorecer el desarrollo de las políticas comunitarias en materia de medio ambiente. Después de más de veinte años de buen trabajo, la Unión Europea decidió continuar esta línea de apoyo al medio ambiente con un nuevo Programa LIFE de Medio Ambiente y Acción por el Clima entre 2014 y 2020. Desde sus inicios, el programa LIFE ha subvencionado más de 3500 proyectos, muchos de ellos dirigidos a conservar la biodiversidad y las especies y hábitats de la Red Natura 2000. Entre ellos, ha financiado más de sesenta proyectos dirigidos a conservar las poblaciones europeas de oso pardo y a mejorar su cohabitación con las actividades humanas. Algunos de estos proyectos se

han realizado en la Cordillera Cantábrica y los Pirineos, y han resultado fundamentales para establecer bases técnicas y actuaciones concretas para conservar la especie, probar y poner en marcha sistemas para favorecer la coexistencia entre estos grandes carnívoros y las actividades y aprovechamientos humanos y contribuir a un escenario social favorable y una visión positiva del oso pardo en los ámbitos rurales de las montañas en las que habita.

Hasta la fecha, la FOP ha sido coordinadora o socia de 11 proyectos LIFE, los dos últimos realizados en la Cordillera Cantábrica y en los Pirineos.

#### **“DESFRAGMENTACIÓN OSO”, UN PROYECTO LIFE PARA HACER MÁS PERMEABLE EL CORREDOR DE COMUNICACIÓN ENTRE LOS DOS NÚCLEOS DE OSOS CANTÁBRICOS**

En 2013, la FOP inició el proyecto LIFE “Desfragmentación de hábitats para el oso pardo en la Cordillera Cantábrica”, con el objetivo de asegurar la viabilidad a largo plazo de la población de osos cantábricos, mejorando la conectividad del corredor interpoblacional -el territorio entre las dos subpoblaciones cantábricas- y facilitando el intercambio genético y demográfico entre ambas. Este proyecto complementó a uno anterior, el LIFE “Corredores Oso”, coordinado por la FOP entre 2009 y 2012 y que fue premiado por la Comisión Europea como uno de los mejores proyectos LIFE Naturaleza.

El proyecto LIFE “Desfragmentación Oso” terminó en diciembre de 2016 y ha contado con un presupuesto de 1,24 millones de euros, aportado en un 75% por la Unión Europea y en un 25% por la FOP, con el apoyo económico de la Fundación Biodiversidad del MAPAMA, la Junta de Castilla y León y Gas Natural Fenosa. Para lograr su objetivo, el proyecto ha incluido una serie de acciones directas de conservación dirigidas a mejorar la conectividad territorial y diversas acciones de sensibilización. Entre las primeras, destaca la creación de una red de 237



bosquetes de conectividad y de enriquecimiento trófico, distribuidos por las zonas de mayor importancia para la dispersión de los osos o con mayor necesidad de mejora de la calidad del hábitat, y formados por más de 95 000 árboles y arbustos autóctonos de especies productoras de frutos muy apreciados por el oso. Es una novedosa estrategia de mejora de la conectividad, basada en un estudio previo de la calidad del hábitat del corredor osero, que permite localizar lugares clave para la permeabilidad y aquellos con mayores necesidades de mejora. Contrastando estos resultados con la realidad del terreno, la propiedad del suelo, los aprovechamientos ganaderos y los intereses de la población local, se ha definido la ubicación de

los bosquetes del proyecto dispersos a lo largo del corredor. Además, parte de los bosquetes se han plantado en el entorno de algunos pasos existentes en la autopista AP-66 para mejorar su permeabilidad. El proyecto ha incluido también trabajos de restauración de hábitats de interés para el oso pardo en enclaves adecuados.

Todas las plantas del proyecto son autóctonas y se han obtenido en la zona de trabajo para garantizar la adaptación y la idoneidad genética de las plantaciones. Para ello, el equipo de campo del proyecto ha recogido más de 500 kg de semillas de cerezo (*Prunus avium*), pudio (*Rhamnus alpina*), arraclán (*Frangula alnus*), manzano silvestre (*Malus sylvestris*), niso

Osa cantábrica con sus tres oseznos.



Turismo de observación de osos. Parque Natural de Somiedo.

(*Prunus insititia*), mostajo (*Sorbus aria*), serbal de cazadores (*Sorbus aucuparia*), avellano (*Corylus avellana*), cerezo de Santa Lucía (*Prunus mahaleb*) y también de abedul (*Betula alba*) para bosquetes concretos de conectividad. Las plántulas han crecido en el Vivero Forestal Central de la Junta de Castilla y León y en el centro “Ciuden Vivero” del Organismo Autónomo Parques Nacionales. Las plantaciones se han realizado en fincas adquiridas por el proyecto, pero sobre todo en superficies desarboladas de Montes de Utilidad Pública, para lo que se han firmado 13 acuerdos de custodia del territorio con ayuntamientos y juntas vecinales. Estas actuaciones se han realizado con consenso y apoyo local, destacando la implicación de los ayuntamientos del corredor y de organizaciones y asociaciones locales, y la mayor parte de los trabajos han sido ejecutados por un equipo de trabajadores locales contratados

entre los desempleados de los municipios del proyecto con experiencia o conocimientos en trabajos forestales. Esta estrategia de establecer una cuadrilla de trabajadores locales, y contar con empresas forestales para trabajos más especializados, ha tenido una excelente aceptación en el territorio y ha resultado eficaz y rentable, generando un efecto socioeconómico positivo que ha favorecido la buena aceptación del proyecto y del oso.

El LIFE “Desfragmentación Oso” contemplaba acciones de información y sensibilización fundamentalmente dirigidas a la población local. Se llevaron a cabo charlas, actividades de voluntariado, rutas informativas y un intenso programa de educación ambiental dirigido a los escolares de infantil, primaria y secundaria. Se dio especial importancia a los encuentros y debates con líderes locales y representantes de

sectores de actividad relacionados con el territorio, que fueron realmente interesantes y con calado.

Un proyecto que seguramente ha contribuido a mejorar la aceptación social del oso y que esperamos que favorezca el movimiento y la presencia permanente de ejemplares en los territorios del corredor interpoblacional.

#### “PIROSLIFE”, UN PROYECTO LIFE PARA FAVORECER LA COHABITACIÓN ENTRE LOS OSOS Y LA GANADERÍA EXTENSIVA DE OVINO EN EL PIRINEO CENTRAL

En julio de 2014 se puso en marcha el proyecto LIFE “Conservación del oso pardo en Cataluña: contribución a su viabilidad en un entorno rural favorable”, también conocido como “PirosLife”, con una duración de cuatro años y un presupuesto de 2,4 millones de euros. El beneficiario coordinador del proyecto es el Departament de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya, y participan como socios beneficiarios la empresa pública Forestal Catalana, el Conselh Generau d’Aran, la Universitat de Lleida y la Fundación Oso Pardo. El objetivo principal del proyecto es la consolidación del oso en los Pirineos en un entorno favorable, a través de acciones para asegurar la variabilidad genética de la población, diseñar una red de espacios de conectividad para el oso, reducir al mínimo los ataques a la ganadería y la apicultura, y generar en definitiva un clima de aceptación social y de coexistencia entre los osos y los habitantes de los territorios donde vive la especie. El proyecto se desarrolla en el Pallars Sobirà, Alta Ribagorça y Valle de Arán, en el Pirineo de Lleida.

En “PirosLife”, la FOP coordina un equipo formado por dos vecinos de la zona que lleva a cabo tareas de seguimiento de la población de osos, educación ambiental y apoyo a todas las medidas de prevención de ataques al ganado y los colmenares. Todo ello en el ámbito del Parque Natural del Alt Pirineu. Además, la FOP es



Vigilante de la FOP mide las huellas de un oso en la montaña palentina.

responsable de la plantación de 20 000 árboles frutales para el oso, distribuidos en bosquetes de enriquecimiento trófico. Para ello ya se han recogido más de cien kilos de frutos de especies de interés trófico para el oso como cerezos, pudios, mostajos y manzanos silvestres, que se han recolectado en zonas con los ecotipos similares a la zona prevista de plantación, y siempre de la región de procedencia correspondiente o compatible, y que se están transformando en plántulas para la reforestación en el vivero de la empresa Forestal Catalana. Las acciones de la FOP en “PirosLife” cuentan con la colaboración económica de ENDESA y de la Fundación Biodiversidad del MAPAMA.

Un proyecto esperanzador que apuesta por un futuro con osos en Pirineos y que está favoreciendo cambios de actitud entre la población local que todavía percibe con desconfianza a esta especie. ❀

# Laboratorio Atlántico de Turismo: competitividad, innovación y gobernanza turística en Canarias

Pablo Díaz<sup>1</sup>, Agustín Santana<sup>2</sup>, Eduardo Parra<sup>2</sup> y Francisco J. Calero<sup>2</sup>

(1) Universidad Complutense de Madrid

(2) Universidad de La Laguna

Cincuenta años de desarrollo turístico en las Islas Canarias han reconfigurado espacial, social y económicamente el archipiélago. Un destino turístico maduro<sup>1,2</sup>) que ha transitado de un sistema agro ganadero hacia un modelo socioeconómico terciarizado ampliamente dependiente del turismo y con síntomas de encontrarse en fase de estancamiento<sup>3,4</sup>. En el siglo XXI es posible afirmar que las Islas se han convertido en un destino turístico relevante a nivel mundial. Sin embargo, aun habiendo batido record de visitas superando con mucho los 14 millones de turistas en 2016, los análisis alertan de la circunstancialidad de un auge que responde, en gran medida, al cierre temporal de sus principales destinos competidores del Mediterráneo o el desvío de la demanda por la inseguridad percibida en ciertos destinos clave<sup>4</sup>.

La saturación de determinadas áreas, la tímida renovación de atractivos y productos, la escasa capacidad de innovación tecnológica, los niveles de fidelización y la concentración dependiente de pocos touroperadores o la reducción relativa del gasto de los turistas en destino, pueden considerarse señales claras de la necesidad de un cambio de rumbo. Además, hay que añadir los problemas ambientales, sociales y económicos resultantes de la superación de una capacidad de carga vinculada al índice de presión turística socioambiental<sup>5,6</sup>. El marco de acción puede pasar por la fosilización del modelo y la competencia en precios, o bien por generar estrategias de singularización que incidan en la calidad global de la oferta y en emociones gratificantes en el consumo. Los defectos de lo primero son ya bien conocidos por otros destinos e incluso en otras épocas de la historia turística de Canarias. Lo segundo exige una diferenciación basada en una singularidad real (*ser únicos*), bajo patrones de innovación y calidad

<sup>1</sup> Hernández Martín, R. & Santana Talavera, A. (eds.). *Destinos maduros ante el cambio. Reflexiones desde Canarias*. Tenerife: Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad de La Laguna.

<sup>2</sup> Armas Cruz, Y. (Dir.). 2011. *El turismo en Canarias*. Tenerife: Fund. FYDE-Caja Canarias.

<sup>3</sup> Calero, F. 2008. Curvas de ciclo de vida de los productos-destinos de Canarias. Documento final elaborado por el grupo de investigación de la ULL. Tenerife, TURiLAB-ULL.

<sup>4</sup> Díaz, P. 2015. *Cambio cultural e imagen turística. Efectos de los procesos de reconfiguración y consumo de imágenes proyectadas*. Tesis Doctoral inédita. Sevilla: Univ. Pablo de Olavide.

<sup>5</sup> Fernández-Latorre, F. & Díaz del Olmo, F. 2011. Huella ecológica y presión turística socio-ambiental. Aplicación en Canarias, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 57: 147-173.

<sup>6</sup> Martín, J.C. & Mendoza, C. 2012. A DEA Approach to Measure the Quality-of-Life in the Municipalities of the Canary Islands, *Social Indicators research*, 113(1): 335-353.



Construcciones turísticas de carácter controvertido en la playa de Tauro-El Cura de Gran Canaria. La transformación de espacios productivos y paisajes de gran valor reconocido se muestran como un ejemplo de los costes socioambientales derivados de la superación de la capacidad de carga vinculada al índice de presión turística. Estos paisajes constituyen uno de los principales atractivos turísticos del destino. Su destrucción responde a una mentalidad individualista y de corto plazo con efectos directos sobre el perfil de la demanda. Foto: Agustín Santana.

en los procesos y servicios, en las redes de comercialización, en la comunicación con los clientes, en la formación y reconocimiento de la fuerza de trabajo y en la organización de la oferta, orientada hacia un desarrollo socioambientalmente rentable. La redistribución de beneficios en el territorio insular, las responsabilidades y tomas de decisión claramente definidas y la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía, tendrían que conformar el objetivo de esa nueva etapa.

## EL CASO DE TENERIFE

En este contexto, Tenerife, con más de 5 millones de visitantes, es la isla más visitada del archipiélago. Principalmente su clima y sus

playas, pero también sus valores culturales, paisajísticos y ambientales, han servido durante décadas para canalizar su demanda turística. Una imagen, por otra parte, bien promocionada institucionalmente. A pesar de ello, Tenerife se encuentra también en un estadio en el que los efectos no deseados del turismo se hacen evidentes y están influyendo en la caracterización de su demanda.

Diferenciándose mucho según la vertiente insular y su conformación urbanística, la isla cuenta, básicamente con cinco ejemplos de desarrollo turístico. Los tres primeros especializados en el turismo climático de masas (*sol* y *playa*) y los últimos en la diversidad que se construye en torno a la cultura y la naturaleza. Así, principalmente puede distinguirse entre:

La saturación de determinadas áreas de las Islas Canarias, la tímida renovación de atractivos y productos, la escasa capacidad de innovación tecnológica, los niveles de fidelización y la concentración dependiente de pocos touroperadores o la reducción relativa del gasto de los turistas en destino, pueden considerarse señales claras de la necesidad de un cambio de rumbo

i) la zona costera suroeste, con núcleos turísticos muy desarrollados en los municipios de Arona y Adeje; ii) en la misma zona, Guía de Isora y Santiago del Teide, con desarrollos menores que los anteriores, pero ya consolidados; y iii) en la costa norte, Puerto de la Cruz, que representa uno de los destinos con mayor trayectoria histórica en el Estado español. Por otro lado, iii) las medianías de la isla, en ambas vertientes, y iv) la comarca de Isla Baja, se presentan a los visitantes con un desarrollo moderado e incipiente, forjado sobre el alojamiento hotelero y las casas rurales. Entre todas estas áreas turísticas, el grado de respuesta a la complejidad medioambiental, socioeconómica y tecnológica del sistema turístico en el nuevo milenio no ha sido homogéneo.

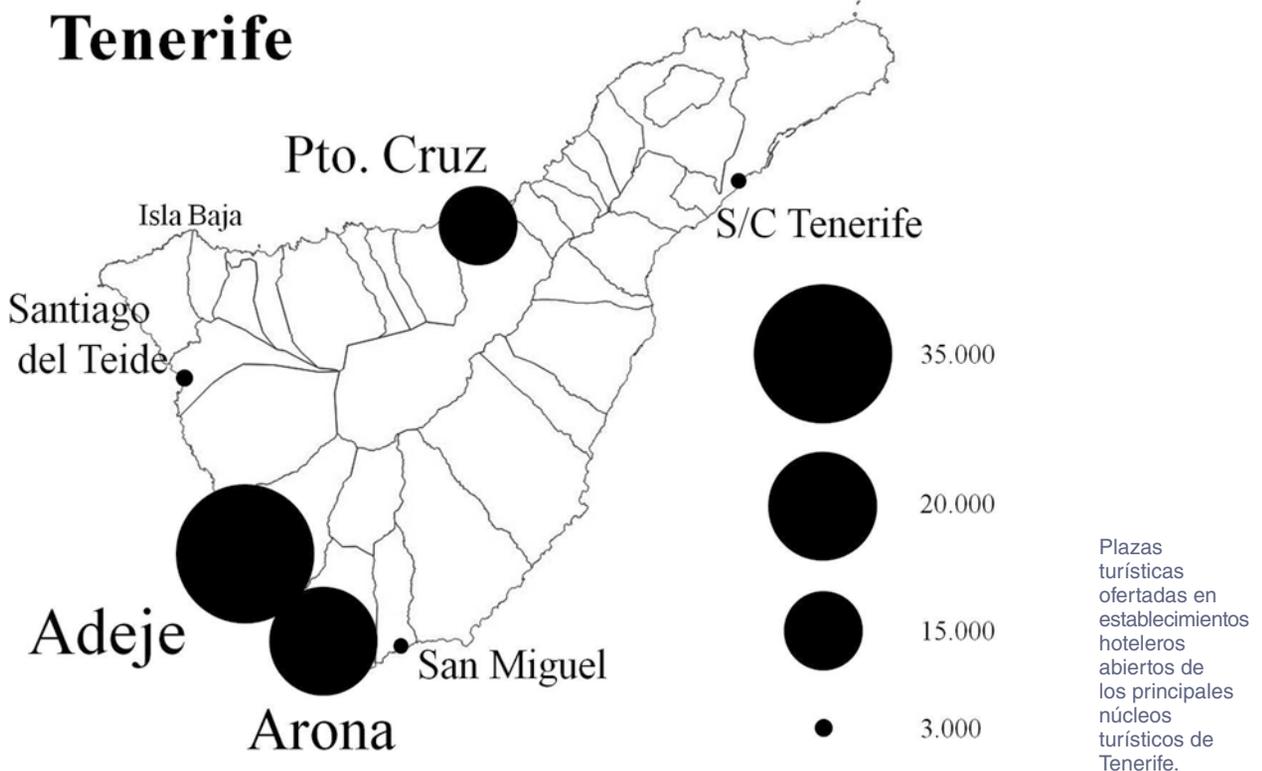
Mientras que el Puerto de la Cruz trata de resistir a la inercia de su declive<sup>7</sup> por medio de un Plan de Rehabilitación de Infraestructuras Turísticas que incide en la modernización y cambio de imagen, e Isla Baja se concentra en

<sup>7</sup> Santana, A., Rodríguez, A. & Díaz, P. 2014. El análisis cualitativo en el diagnóstico del Ciclo de Vida de Áreas Turísticas. El caso del Puerto de La Cruz (Tenerife, Islas Canarias). En: A. Santana, X. Pereiro y J. Hernández (Coords.). *La antropologización del turismo y la turistificación de la antropología*. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili. Pp. 2266-2295.

darse a conocer mediante un organizado programa de productos y eventos, Adeje y Arona muestran su voluntad de reorientación y diferenciación basada en el conocimiento. De esta manera, sin renunciar a las provechosas cifras turísticas, pretenden una diferenciación que permita un desarrollo turístico sostenible, socioculturalmente equitativo y económicamente rentable.

Adeje y Arona configuran conjuntamente un microdestino que destaca por las características peculiares que lo diferencian del resto de núcleos turísticos de la isla. Con unas condiciones climáticas agradables durante la gran mayoría del año, un paisaje con varios espacios protegidos y más de una decena de playas de calidad, se convierte en un lugar idóneo para el disfrute del turismo clásico de sol y playa que caracteriza en general al archipiélago. Además, cuenta con una de las plantas hoteleras más modernas de Europa, con hoteles de 4 y 5 estrellas, y una amplia variedad de oferta complementaria: deportiva, parques temáticos, centros de ocio y *Wellness*, ocio nocturno, etc., siendo particularmente reconocidos sus fondos marinos para la práctica de submarinismo, la población permanente de cetáceos en su mar costero, un importante centro deportivo de alto rendimiento y un parque acuático recientemente declarado como el mejor del mundo por una importante web de viajes internacional. A ello se suma el esfuerzo constante, desde hace más de una década, especialmente por parte de Arona, por distinguir su oferta a través de la accesibilidad, hasta el punto de ser reconocido como un modelo internacional de turismo accesible. Estas peculiaridades convierten a este microdestino en un referente a nivel mundial y lo alejan de las condiciones de estancamiento o declive en las que se encuentran gran parte de los núcleos turísticos de las Islas.

La prosperidad del sur de Tenerife, no obstante, comienza a mostrar los peligros derivados de su propio éxito, concordando con lo que, según el modelo del Ciclo de Vida de los Des-



tinios Turísticos de Richard Butler<sup>8</sup>, se conoce como el posible final de una “etapa de desarrollo”. Factores como el número de turistas alojados (por encima de los 4 millones, con una variación interanual del 6,2%) y su ocupación media (80% para sus 92 183 plazas hoteleras y extrahoteleras en 2016), se muestran como el comienzo de una masificación con consecuencias no deseadas sobre la calidad de la experiencia turística y atributos clave en la motivación turística, como la tranquilidad o la percepción ambiental y del paisaje.

Como ha ocurrido en otros lugares del archipiélago, el índice de presión turística tiene una incidencia directa sobre la capacidad de carga socioambiental. La saturación del destino afecta a la cotidianidad de unos anfitriones que repercuten su irritabilidad a los visitantes, disminuyendo la satisfacción turística y desvirtuando la imagen percibida de las poblaciones locales. Las estrategias en precios para revertir estos

defectos y la, cada vez mayor, dependencia de la intermediación de unos pocos touroperadores y agencias de viajes, condicionan progresivamente los beneficios locales y la calidad del servicio, fomentando un círculo vicioso ampliamente conocido<sup>9, 10, 11</sup>.

## TÁCTICAS, FÓRMULAS Y CIENCIA

Frente a la tendencia al descenso de la “calidad” del turista y de su valoración sobre los servicios y la oferta complementaria, surgen ideas como la mejora de infraestructuras turísticas (hoteles, restauración, etc.) y ciudadanas (aceras,

<sup>9</sup> González, E., Cárcaba, A., & Ventura, J. 2011. Quality of life ranking of Spanish municipalities, *Revista de Economía Aplicada*, 19: 123-148.

<sup>10</sup> Martín, J.C. & Mendoza, C. 2012. A DEA Approach to Measure the Quality-of-Life in the Municipalities of the Canary Islands, *Social Indicators Research*, 113(1): 335-353.

<sup>11</sup> Matos, D.G.G., Díaz, P., Ruiz-Labourdette, D. Rodríguez, A.J., Santana, A., Schmitz, M.F., Pineda, F.D. 2014. Environmental valuation by the local population and visitors for zoning a protected area. In C.A. Brebbia, S. Favro & F.D. Pineda (eds.) *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 187: 161-173.

<sup>8</sup> Butler, R.W. 1980. The concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for management of Resources. *Canadian Geographer*, 24(1): 5-12.

La gobernabilidad (liderazgo, manejo de los recursos puestos en valor, el éxito o fracaso de experiencias previas o los mecanismos locales de gestión) y la gobernanza (interacciones basadas en principios de legitimidad, transparencia, corresponsabilidad, etc., para la solución de problemas planteados ante la perspectiva de crisis del modelo turístico actual), son mecanismos fundamentales para la determinación y la gestión de la capacidad percibida de la carga turística

alumbrado, limpieza, etc.), fomentar el periodo de baja estacionalidad (verano) o impulsar la oferta basada en productos de “naturaleza” y “cultura”, mostrados como atributos únicos de la zona. Estas tácticas, sin embargo, son generalmente implementadas en función de beneficios individuales que pueden fomentar problemáticas derivadas de la colisión entre las diferentes lógicas implicadas (percepción generalizada de inacción, conflictos de colaboración entre empresarios y con las instituciones públicas, excesivo protagonismo de los intermediarios o falta de liderazgo y continuidad estratégica), resultando en un mayor estancamiento del destino.

Las fórmulas de carácter casi mágico que dictan procedimientos específicos e infalibles para diseñar y dirigir los cambios que requiere el sistema turístico, simplemente no existen. Ante un fenómeno tan sujeto a las fluctuaciones de la economía o a factores tan poco previsibles como los gustos o las modas del consumidor,

“sólo es posible guiarse por tendencias, tratando de salvaguardar las incertidumbres y gestionar de manera coherente con unos planteamientos que deben ser explícitos como compromiso”<sup>12</sup>. Una estrategia razonable debería implicar necesariamente procesos colaborativos y de negociación público-privada en la que la participación ciudadana y la percepción social sean un pilar en la toma de decisiones. En este punto, la Universidad de La Laguna (Tenerife) y las instituciones públicas de Adeje y Arona están trabajando en la creación de un centro que favorezca estas dinámicas con información científica precisa y eficaz, en un esfuerzo por analizar y gestionar el proceso de gestación de estrategias socio-ambientalmente sostenibles y rentables para todos los agentes clave involucrados en el sistema turístico.

Desde este punto de vista, se hace necesario, no sólo el análisis de las características estructurales del sistema, sino también generar dinámicas de negociación y convergencia de objetivos, percepciones y voluntades respecto a los posibles beneficios o costes (no exclusivamente económicos) que puedan llevar aparejadas las diferentes estrategias a desarrollar en relación a la circunstancia turística. Es decir, planteando como objetivos la responsabilidad ambiental, el liderazgo compartido y la calidad de vida de las personas que se encuentran en el territorio, mientras se favorece la gobernanza social, entendida como un tipo de gobierno no jerárquico caracterizado por “el conjunto de interacciones públicas y privadas desarrolladas para solucionar problemas sociales”<sup>13</sup>.

Una perspectiva enfocada en la cooperación y la interacción entre actantes de redes decisionales mixtas, a partir de las cuales establecer criterios de ajuste que permitan compatibilizar la conservación del entorno con el desarrollo

<sup>12</sup> Santana, A. 2016. Planteamiento a medio plazo del turismo en Canarias. En Simancas, M y Parra, E. (Coords.) ¿Existe un modelo turístico canario? Santa Cruz de Tenerife: Promotur Turismo de Canarias. Pp. 187-207: 193.

<sup>13</sup> Kooiman, J. y Bavinck, M. 2005. The Governance Perspective. In J. Kooiman, M. Bavinck, S. Jentoft & R. Pullin (Eds.). *Fish for life: interactive governance for fisheries*. Amsterdam: University Press, Mare Series. Pp. 11-24: 17.



Los procesos de patrimonialización fundamentados en la tradición y el exotismo son herramientas habituales en la renovación de la imagen turística. Su proyección sin embargo suele venir acompañada de dinámicas de performatividad territorial y cultural en base a la estereotipación de un pasado idealizado y reinventado de acuerdo a las expectativas turísticas de autenticidad. Los efectos de estas estrategias pueden ser variados cuando estas proyecciones no cuentan con las imágenes propias de las poblaciones del destino, pudiendo llegar a hacer inviables las medidas adoptadas simplemente por el hecho de ser inaceptables desde el punto de vista de los valores locales. Foto: Agustín Santana.

identitario y cultural, dentro de unos parámetros aceptables que contemplen el progreso económico de las poblaciones de destino y la experiencia positiva de los visitantes. Para ello, la determinación de los actores implicados, motivaciones y expectativas, junto con las dinámicas de gobernabilidad y participación presentes, son claves para el análisis de la reestructuración organizacional entre agentes. Así como para el diseño de propuestas de modelos de negocio, especializaciones y adaptacio-

nes, orientadas a la prevención de un estado de estancamiento o declive del destino, o la proyección de posibles vías de desarrollo y renovación.

El turismo se entiende así como un sistema abierto de procesos que interactúan en red con otros sistemas socioeconómicos y ambientales, condicionados por diferentes intereses de sus agentes participantes (públicos y privados). En este sistema, la gobernabilidad (liderazgo, manejo de

**El Laboratorio Atlántico del Turismo (LAT) promovido por la Universidad de la Laguna y las instituciones públicas de Adeje y Arona, se presenta como un centro de “inteligencia turística” que ayudará a predecir y anticipar los desafíos y tendencias del turismo que puedan surgir, mediante una toma de decisiones públicas y privadas más eficientes y sostenibles**

los recursos puestos en valor, el éxito o fracaso de experiencias previas o los mecanismos locales de gestión) y la gobernanza (interacciones basadas en principios de legitimidad, transparencia, corresponsabilidad, etc., para la solución de problemas planteados ante la perspectiva de crisis del modelo turístico actual), son considerados mecanismos fundamentales para la determinación y la gestión de la capacidad percibida de la carga turística. Ésta incluye el equilibrio deseado por los agentes de destino, permitiendo la mejora de la calidad de vida, la rentabilidad empresarial y el logro de experiencias turísticas positivas en el marco de un sistema sostenible y responsable ambiental y culturalmente.

La consideración de sistema implica reconocer al turismo como un fenómeno globalizado. Lo cual conlleva necesariamente contar para su análisis con datos relevantes que caractericen un contexto socioeconómico más amplio, abarcando las dinámicas de la oferta internacional, las variaciones en la exigencia de la demanda o la aparición de nuevas motivaciones e intereses. Todo, sin perder de vista una perspectiva local en la que se vigilen señales como el desplazamiento de capitales, los cambios en los patrones de consumo, de los modelos de producción, del uso de espacios de acomodación turística a áreas residenciales, o la demanda

de flexibilidad laboral, así como la afectación de factores no económicos como el deterioro ambiental, la percepción de riesgo (atentados, enfermedades, riesgos naturales,...), el impulso de ciertas modas y hábitos sociales, el menoscabo de la calidad de vida de anfitriones y visitantes, o el índice de tolerancia local hacia el turismo.

## LABORATORIO ATLÁNTICO DE TURISMO

Bajo estas premisas, el Laboratorio Atlántico del Turismo (LAT) promovido por la Universidad de la Laguna y las instituciones públicas de Adeje y Arona, se presenta como un centro de “inteligencia turística” que ayudará a predecir y anticipar los desafíos y tendencias del turismo que puedan surgir, mediante una toma de decisiones públicas y privadas más eficientes y sostenibles. Una herramienta de investigación científica sobre el sistema turístico que permitirá, mediante una metodología mixta y transdisciplinar, disponer de datos fiables en tiempo real y adelantarse a la evolución de la oferta y la demanda, para así mejorar el desarrollo del destino y revertir sus beneficios a la ciudadanía.

Si bien se trata de una iniciativa de la Universidad de La Laguna y los municipios de Adeje y Arona, su potencialidad, no obstante, ha llamado la atención de otros municipios turísticos de Canarias que, con el tiempo, puedan exportar conocimiento y experiencia. En definitiva, una herramienta diseñada por y para el sector, que pretende aportar a la gobernanza turística relacionando sus intereses con los de otros organismos turísticos (p.e. Promotur o Turismo de Tenerife) y universitarios (Cátedra de Turismo CajaCanarias-ASHOTEL; Institutos universitarios TIDES-ULPGC y Ciencias Políticas y Sociales-ULL).

En un contexto de éxito turístico a nivel mundial, estos municipios no pierden de vista las condiciones del mercado turístico internacional, ni la circunstancialidad de su demanda.



Estos instrumentos responden a un empeño por aunar esfuerzos, compartir experiencias y recabar fondos para la promoción de una imagen conjunta de Canarias que no obvie las necesidades locales, a través del análisis y el desarrollo de estrategias de gobernanza. Mediante la sistematización y la orientación de la información, y la toma de decisiones en base a la deducción de escenarios ante las transformaciones del sistema turístico, tanto en su faceta pública como privada, el LAT tiene el potencial para convertirse en un referente internacional a nivel de modelo de gestión, así como en un laboratorio de referencia para la comunidad investigadora en materia de turismo.

En un momento crucial en el que se asume que la competitividad turística vendrá cada vez más definida por criterios de investiga-

ción e innovación inteligente, la participación institucional, empresarial y ciudadana, junto con la colaboración entre las diferentes ciencias experimentales, políticas y del comportamiento, es esencial para esta tarea. Los criterios de acción y funcionamiento en el análisis y proyección de expectativas futuras debieran evaluarse a partir de ventajas e inconvenientes ecológicos, sociales y culturales, permitiendo un desarrollo turístico responsable y económicamente rentable. Para ello es esencial un enfoque transdisciplinar que comprenda el desarrollo de redes decisionales mixtas, capaz de superar las visiones parciales de la realidad turística, con facultad de inclusión de conocimientos no tecnocráticos basados en la cotidianidad, que pueden resultar de gran utilidad en la definición de políticas turísticas eficaces y la implementación de medidas alternativas. ❀

# El reto de compatibilizar deportes de montaña y conservación: criterios y experiencias en la Sierra de Guadarrama

Javier Benayas, Miguel Faucha y Manuel Oñorbe

UAM

Cualquier actividad humana lleva consigo una relación más o menos estrecha con el medio en que se desarrolla. Incluidas las actividades deportivas. El grado de impacto y afección al medio de estos deportes va a depender de variables como la necesidad de infraestructuras temporales o permanentes; la capacidad de penetración en la naturaleza de la actividad; del número de usuarios y de su concentración o dispersión en el medio; del uso de vehículos y equipamientos accesorios; del grado de organización y planificación de la actividad o del nivel de sensibilización y compromiso ambiental del usuario. Todas son variables que es necesario tener en cuenta para evaluar su compatibilidad.

El aumento en la práctica de actividades deportivas de montaña en los últimos años ha sido extraordinario en nuestro país y en muchos casos han desencadenado conflictos y debates debidos a los graves problemas y deterioro que han originado en el medio natural. Lógicamente los deportistas a nivel individual y los organizadores de competiciones buscan los lugares más bellos para realizarlos y esos lugares más bellos suelen ser precisamente los que están

mejor conservados y en los que se localizan espacios protegidos.

Esta tendencia está además siendo favorecida por entidades turísticas y de desarrollo rural y por los municipios y comarcas, ya que está permitiendo poner en valor territorios poco frecuentados que han recobrado, gracias a ello, un cierto dinamismo. Por ejemplo, en el caso de competiciones deportivas este tipo de eventos movilizan a organizadores y competidores, atraen a espectadores e incluso, en ocasiones, se pueden convertir en circuitos permanentes de entrenamiento. Estas actividades se están convirtiendo, por tanto, en un nuevo modelo de desarrollo turístico que es necesario analizar y controlar.

De esta dualidad viene la principal cuestión que consideramos importante analizar en detalle para reflexionar sobre dónde se deben definir los límites: dónde se deberían poder desarrollar estas actividades y dónde no; qué actividades se pueden hacer y en qué sitios; qué medidas de vigilancia y control habrán de adoptarse en los casos en que se permitan, etc. Todas son preguntas que se hacen muchos gestores de es-



pacios naturales y a las que nos gustaría contribuir con las aportaciones de este artículo.

No hay respuesta única y no va a ser fácil que la haya. Deporte se puede hacer en muchas partes, en el glaciar del Aneto y en el Pantano de San Juan y deporte es una marcha por senderos habilitados para ello y una carrera de motos de montaña. Lo que queremos señalar es que estamos ante un tema con tan gran variabilidad que va a hacer necesario, aunque existan normas generales del ámbito administrativo que corresponda, un estudio de cada actividad y del entorno en que se va a efectuar. Los Parques Nacionales, máxima figura de protección ¿han de estar exentos totalmente de actividades de ocio y deporte o puede admitirse alguna de ellas si se regulan adecuadamente?, ¿y los Montes de Utilidad Pública?... y ¿espacios naturales

no protegidos como zonas rurales de uso agrario?, ¿parques periurbanos?, etc. En cada caso dependerá de muchos factores que pueden ser tan variables que hace casi imposible que planes de gestión u otra normativa regulatoria puedan afinar suficiente. Es necesario que existan pero ha de haber un estudio o evaluación en cada caso.

La posición que nuestro equipo ha venido defendiendo (siempre abiertos al debate y a la reflexión) es que el deporte de montaña puede ser compatible con la conservación de los valores naturales y culturales de nuestras montañas y por este motivo es necesario identificar medidas que faciliten y promuevan esta compatibilidad. La mejor forma de trabajar en favor del deporte de montaña es identificar los impactos que generan y plantear la aplicación de medidas correcto-

Foto: Álvaro López.

ras que permitan evitarlos y minimizarlos. Solamente apostando por esta estrategia de futuro se podrá conseguir un equilibrio sostenible entre el deporte y el entorno en el que se practica.

Con la finalidad de contribuir a establecer un diálogo más objetivo y constructivo entre las partes implicadas y dotar de herramientas que ayuden a la toma de decisiones, se presenta en este artículo una serie de casos de estudio que nuestro equipo del Departamento de Ecología de la Universidad Autónoma de Madrid ha venido desarrollando en el entorno de la Sierra de Guadarrama. Con ellos deseamos mostrar una línea de trabajo que consideramos fundamental para compatibilizar el deporte de montaña y la conservación del patrimonio natural.

## DIAGNÓSTICO DE LAS COMPETICIONES DEPORTIVAS EN EL PARQUE NACIONAL DE LA SIERRA DE GUADARRAMA

### Antecedentes

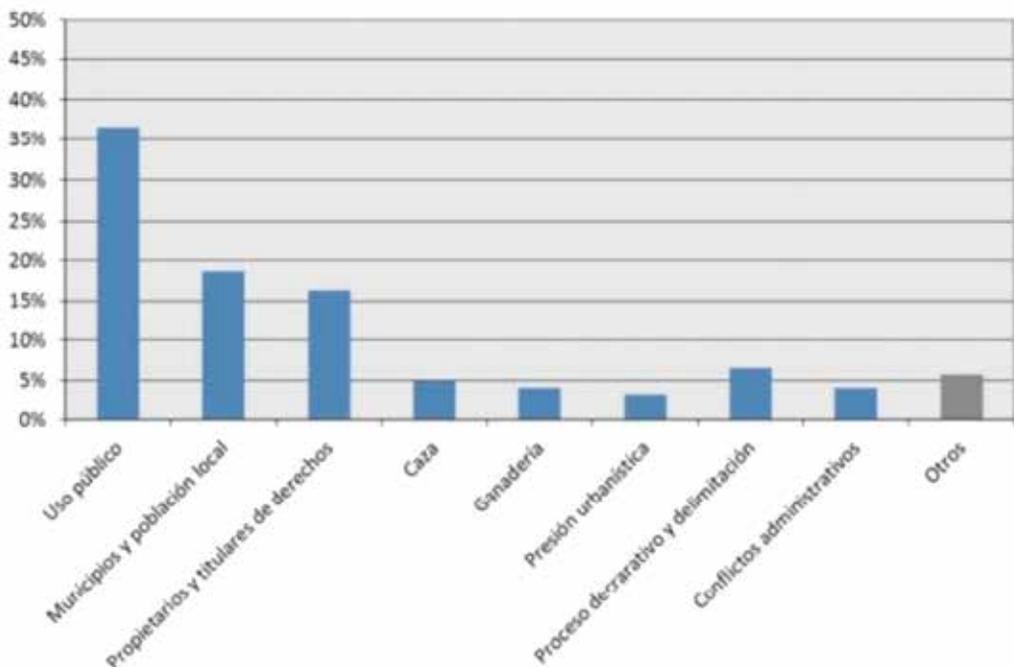
El Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama es un parque periurbano de la ciudad de

Madrid y las poblaciones aledañas a tan solo unas pocas decenas de kilómetros. En total, en la Comunidad de Madrid, el número de habitantes empadronados ascendía a 6 436 996 en el año 2015. El sector de la Sierra Central, en el que se sitúa la mayor parte de la superficie ocupada por el Parque alberga a casi 170 000 habitantes, y si sumamos a la población los sectores de la CAM más próximos al Parque como son el Municipio de Madrid, Norte Metropolitano, Oeste Metropolitano, Sierra Norte, Sudoeste y Sierra Sur de la Comunidad, obtendremos un cómputo de 4 325 286 habitantes (Instituto de Estadística de la CAM, 2015).

Si a esta presión poblacional le añadimos la tendencia creciente a realizar deporte al aire libre experimentada en los últimos años, nos encontramos con que el uso público se ha convertido el principal conflicto o problemática al que se enfrenta el Parque en el momento actual (Figura 1) y por ende, uno de los principales retos de gestión para sus responsables.

En tan solo un lustro el número de competiciones que discurren en la Sierra de Guadarrama ha llegado a incrementarse tres veces. Si nos

Figura 1. Principales conflictos identificados en el PN de la Sierra de Guadarrama. Expresa el porcentaje de respuestas de cada categoría respecto al total de respuestas recibidas. Fuente: Proceso de consultas y participación para la redacción del Plan Rector de Uso y Gestión del Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama.





enfocamos en el tipo de organizadores, se constata una progresión del número de entidades privadas, empresas, que promueven y organizan las competiciones en los últimos años. El incremento exponencial de carreras y todo tipo de pruebas en general ha ido de la mano con el afloramiento en la presencia de entes privados en el sector de las competiciones deportivas en los espacios naturales.

Como motivación de este fenómeno se postula el rendimiento económico que de un tiempo a esta parte se ha venido dando a raíz de la realización de ciertas pruebas. Este hecho no solo ha provocado la entrada del sector privado en estas competiciones, sino que también la Administración está empezando a ser participe, cada vez más, de la organización y la colaboración con los promotores que pretenden sacar adelante este tipo de eventos.

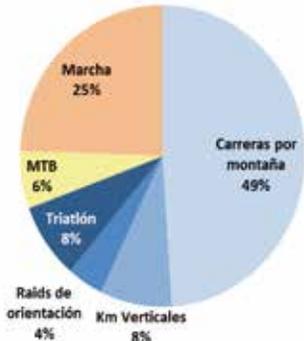
La Ley 30/2014 de 3 de diciembre de Parques Nacionales establece en su artículo 5 que *“La declaración de un parque nacional tiene por objeto conservar la integridad de sus valores naturales y sus paisajes y, supeditado a ello, el uso y disfrute social”*, no obstante, añade (artículo 33) que los *“usos y costumbres tradicionales practicados de forma histórica por usuarios en el entorno de los parques nacionales, reconocidos como compatibles forman parte de los valores esenciales a proteger”*.

¿Dónde se sitúa el umbral para declarar determinadas actividades o usos públicos como compatibles con los objetivos de conservación de un Parque Nacional? ¿Qué deportes de montaña y competiciones deportivas pueden ser consideradas tradicionales?

La primera carrera por montaña de la que se tiene constancia tanto en Guadarrama como en

En tan solo un lustro el número de competiciones que discurren en la Sierra de Guadarrama ha llegado a incrementarse tres veces. Foto: Álvaro López.

Figura 2. Porcentaje de competiciones en función de su tipología (2015)



Fuente: elaboración propia.

España se celebró en el año 1916 y fue organizada por la desaparecida “Sociedad de Amigos del Campo”. Su recorrido conectaba la población de Cercedilla con las cumbres de Siete Picos recorriendo en parte lo que hoy en día es el Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama. ¿Puede ser por tanto tradicional una carrera de montaña?

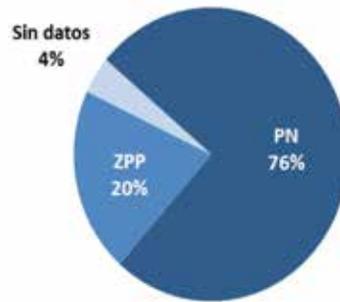
Con el objetivo de aclarar esta cuestión, así como proporcionar medidas y criterios orientadores que permitan guiar el desarrollo de las competiciones deportivas celebradas en áreas protegidas de montaña, durante el año 2016 desarrollamos un proyecto en el que se inventariaron todas las competiciones deportivas organizadas en el Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama en 2015 y se analizaron de forma conjunta y comparada su número y tipología, fechas de celebración, antigüedad (número de ediciones), número de participantes y zonas con mayor intensidad de uso. Se exponen a continuación sus principales resultados.

## Resultados

### Tipología y zonas

Se contabilizaron un total de 49 competiciones, de las cuales 37 discurrirían por zona de Parque Nacional y 10 por Zona Periférica de Protección. Aclarar que solo se consideraron las competiciones englobadas dentro de las carreras de montaña (incluyendo carreras, kiló-

Figura 3. Porcentaje de competiciones en función de la zona por la que discurren (2015)



Fuente: elaboración propia.

metros verticales y secciones a pie de triatlón y raids de orientación), bicicleta de montaña y marchas senderistas. Esto viene a razón de que se consideraron que las únicas tipologías de competición que pueden provocar un impacto real en el medio son estas tres, que discurren por senderos o caminos, en las zonas que pueden ser más sensibles, y que se realizan en fechas en las que la vida florística y faunística del Parque se encuentra en plenitud.

Acorde a la figura 2, vemos como las carreras de montaña incluyendo todas sus modalidades (carreras como tal, kilómetros verticales, orientación y tramos de triatlón) son el tipo de prueba deportiva que más demanda presenta en estos momentos en el Parque Nacional. En la figura 3 vemos como las zonas más recurridas para la realización de las competiciones deportivas se sitúan dentro de terreno del Parque Nacional como máxima figura de protección, un 76% frente al 20% de las que transitan por Zona Periférica de Protección (ZPP).

### Fechas de Celebración

Con el objetivo de interpretar cuál fue la distribución de las competiciones a lo largo del año, a fin de descubrir la concentración en periodos concretos, y también con el fin de remarcar la longevidad de este tipo de eventos en la Sierra de Guadarrama, se llevó a cabo un análisis de la información de fechas relativas a dichas competiciones en el año 2015 dentro del Parque Nacional.

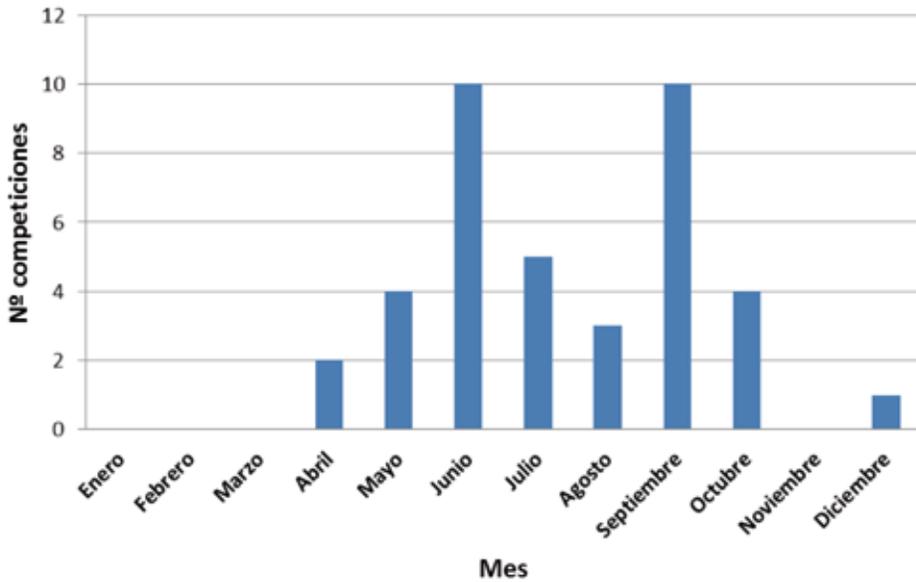


Figura 4. Reparto del número de competiciones (eje y) a lo largo del año 2015, dividido en meses (eje x) en el Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama. Fuente: elaboración propia a partir de datos del Parque Nacional de Guadarrama.

Tal y como observamos en la figura 4, las competiciones deportivas que tuvieron lugar en el Parque Nacional en el año 2015 se concentraron en torno a los primeros meses del verano y al comienzo del otoño. La temporada invernal está obsoleta de pruebas, lo cual está seguramente motivado por la presencia de la nieve. El verano puede ser la temporada de menor afección al medio, debido a que en la temporada estival las zonas de pastizales sensibles o de recorridos con red difusa presentan su vegetación en un estado de agostamiento. Para la fauna, esta gran aglomeración

sí que puede suponer un problema puesto que el periodo de nidificación suele establecerse en torno a los meses de abundancia de alimentos, en primavera y verano, coincidiendo con la época en la que se celebran las primeras competiciones deportivas del año dentro del Parque.

*Antigüedad (número de ediciones)*

En lo relativo a las ediciones (figura 5), al finalizar 2015, la mediana de estas para las competiciones deportivas celebradas es de 5. Esto resal-

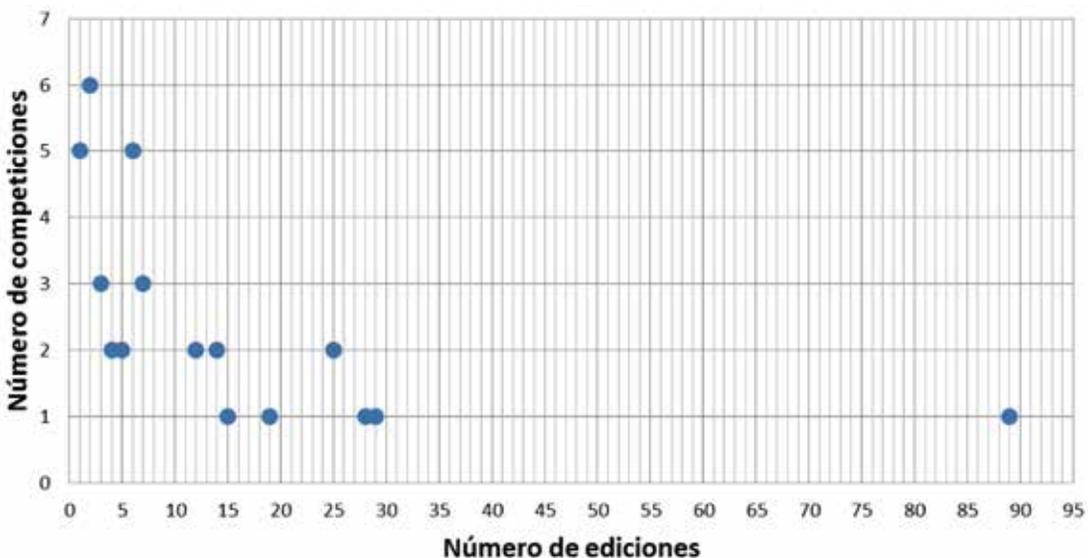


Figura 5. Gráfica de distribución del número de competiciones (eje y) en función de su tradición, representada a través del número de ediciones (eje x) en el Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama para el año 2015. Fuente: elaboración propia a partir de datos del Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama.



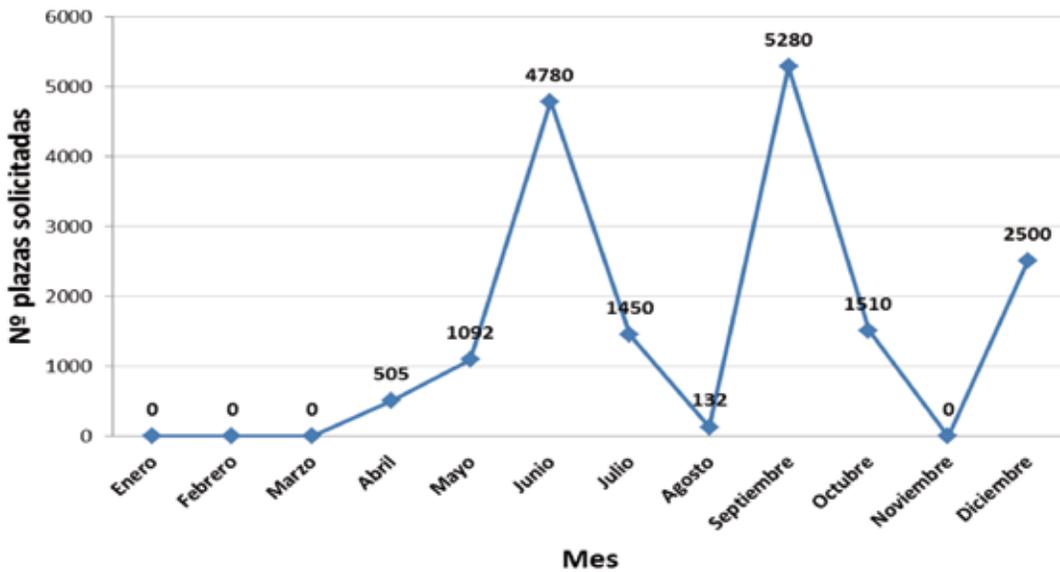


Figura 8. Distribución de los participantes solicitados por los promotores de las competiciones (eje y) a lo largo del año 2015 en el Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama, en función de los meses (eje x). Fuente: elaboración propia a partir de datos del Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama.

portante en función del tipo de disciplina que los participantes practiquen, este dato puede ser especialmente interesante.

En la figura 7 comprobamos cómo las carreras de montaña, aparte de ser el tipo de prueba con mayor presencia a lo largo de todo el año en el Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama, fueron las que tuvieron una media de participantes mayor.

Del mismo modo que en la figura 9 sucede para las competiciones, se remarcan junio y septiembre como los meses con más participantes en el año 2015 en territorio del Parque Nacional, el cómputo global de participantes para estos dos meses, sumando las competiciones que se celebran en cada uno de ellos, fueron los más elevados con una marcada diferencia (4780 para junio y 5280 para septiembre), tal y como aparece en la figura 9.

#### Recorridos

Una vez identificadas todas las pruebas desarrolladas en el Parque, se procedió a la búsqueda de los recorridos de cada una de esas pruebas, a fin de elaborar una cartografía con la que sintetizar la incidencia de este fenómeno en el Parque Nacional. A través de los sitios web de los organizadores, y de los

tracks de las carreras subidos a la página web: wikiloc.org, se pudieron cartografiar la gran mayoría de los eventos con sus recorridos del año 2015.

En la figura 9 se representaron de manera global todas las competiciones deportivas objeto de análisis, mostrándose cuáles son las zonas con una intensificación de pruebas deportivas mayor.

Se pudo identificar la aglomeración de pruebas entorno a los sectores del Valle de la Fuenfría, La Barranca-Maliciosa-Bola del Mundo-Puerto de Navacerrada, y la vertiente segoviana de Peñalara. La mayor concentración se dio en el recorrido que une el Puerto de Navacerrada con el Alto de las Guarramillas, como se puede comprobar en la figura 10, donde en un determinado tramo llegaron a juntarse hasta 9 carreras de montaña y 5 marchas. Esta es zona de pista, por lo que el impacto ambiental puede verse minimizado, pero sin embargo, continuando más allá de la cima del Alto de las Guarramillas, conectando con el Cerro de Valdemartín, encontramos una zona de sendero cuyo grado de afección puede ser mayor, y por la que discurrieron hasta cinco carreras de montaña y una marcha. Esta situación es muy similar a la que se da en la cima de Peñalara y sus senderos de

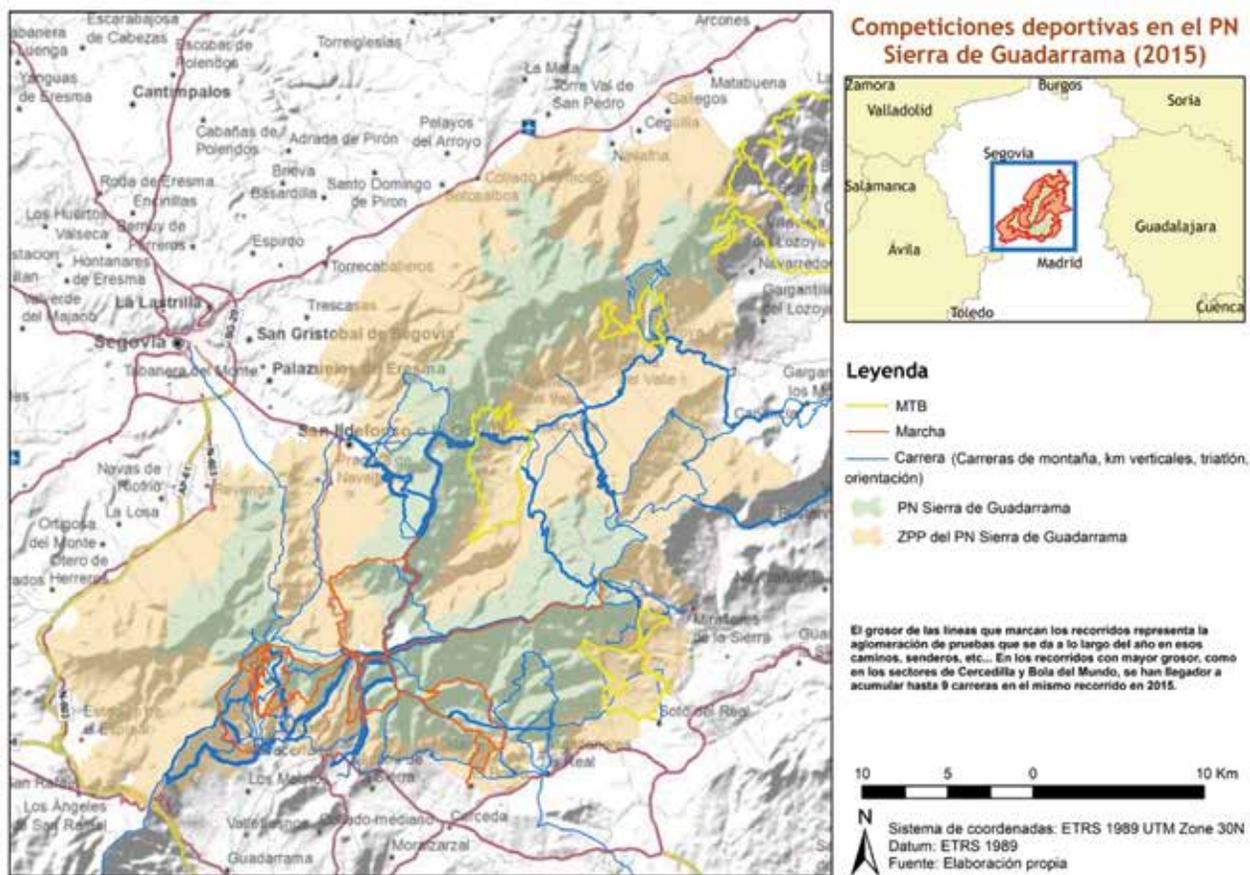


Figura 9. Mapa del Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama, en relación a los recorridos de todas las competiciones deportivas cartografiadas. Fuente: elaboración propia.

acceso, roquedos y praderas de alta montaña en los que llegaron a confluír casi una decena de competiciones entre carreras y marchas (figura 11).

Por otro lado, el tercer sector con una importante intensificación en cuanto al uso deportivo para el desarrollo de competiciones deportivas en el año 2015 en el Parque Nacional fue el del Valle de la Fuenfría. En la figura 12 observamos cómo, en esta zona, la problemática no sería tanto la superposición en el mismo sendero de múltiples recorridos de distintas pruebas, sino la elevada dispersión de estos, que resulta en una saturación de todo el Valle de la Fuenfría, desde las cumbres de Siete Picos hasta la periferia del pueblo de Cercedilla.

En este sector la mayor parte de las competiciones deportivas que recorren el valle o se dirigen hacia otras zonas de la Sierra, como puede ser el caso de algunas pruebas de mayor recorrido,

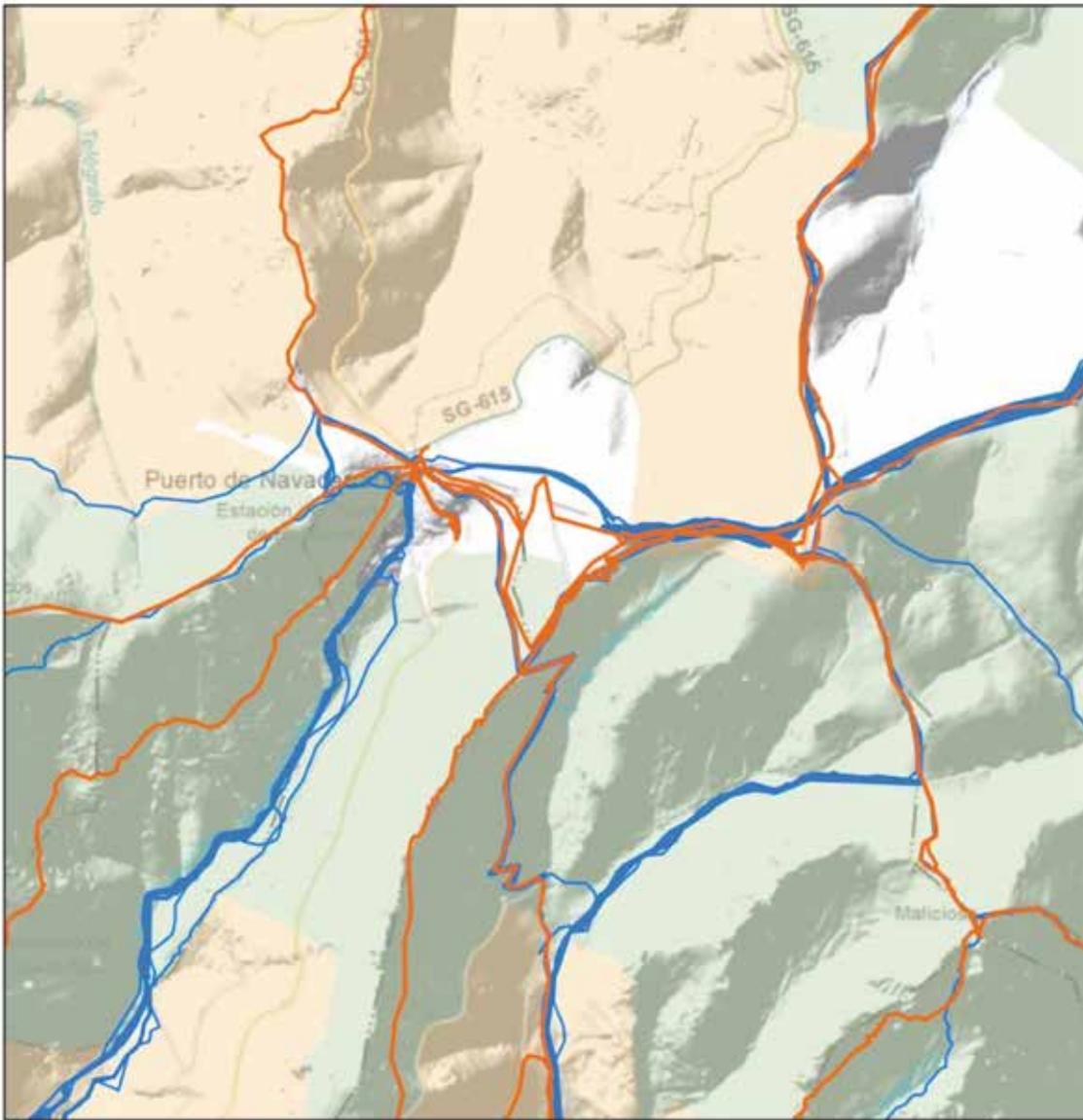
tienen su origen, su meta, o ambas en el núcleo urbano de Cercedilla.

### PROPUESTAS DE GESTIÓN Y CRITERIOS ORIENTADORES

A partir del análisis anterior, se han definido una serie de propuestas de gestión y criterios orientadores que puedan servir para guiar el desarrollo de las competiciones deportivas celebradas no solo en la Sierra madrileña sino en el marco del resto de áreas de montaña españolas.

#### Recorridos y zonas

Los valores naturales del Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama son altos en muchas de sus zonas. Por ello, de cara a su preservación, se considera prioritario y anterior a cualquier otra cuestión, la definición, delimitación y cartografía de las áreas de mayor fragilidad y la





  
 Sistema de coordenadas: ETRS 1989 UTM Zone 30N  
 Datum: ETRS 1989  
 Fuente: Elaboración propia

**Legenda**

-  MTB
-  Marcha
-  Carrera (Carreras de montaña, km verticales, triatlón, orientación)
-  PN Sierra de Guadarrama
-  ZPP del PN Sierra de Guadarrama

El grosor de las líneas que marcan los recorridos representa la aglomeración de pruebas que se da a lo largo del año en esos caminos, senderos, etc... En los recorridos con mayor grosor se han llegado a acumular hasta 9 carreras en el mismo recorrido en 2015.



Figura 10. Zona de aglomeración de competiciones deportivas en torno al sector de La Maliciosa, Alto de las Guarramillas y Puerto de Navacerrada en el año 2015. Fuente: elaboración propia.

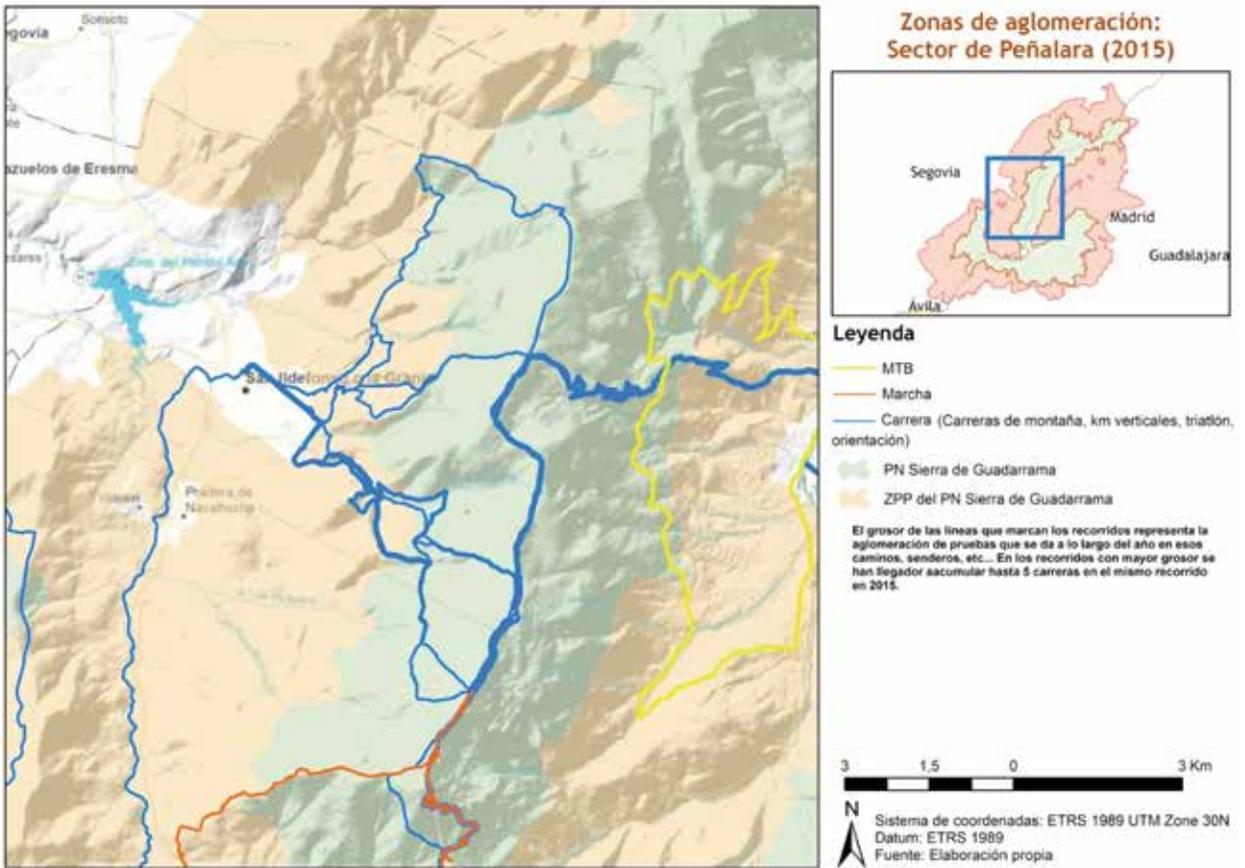


Figura 11. Zona de aglomeración de competiciones deportivas en torno al sector de Peñalara en el año 2015. Fuente: elaboración propia.

evaluación de impactos críticos de actividades de uso público.

También con carácter previo deberían inventariarse de forma detallada todas las vías, senderos y caminos existentes, definiendo sus estados de conservación y sus prioridades de restauración. El uso público requiere de una gestión y mantenimiento eficiente de los senderos e instalaciones de acogida de los visitantes.

En función de lo anterior, podrían establecerse una serie de recorridos con senderos bien definidos por los que desarrollar las pruebas. En el caso de la bicicleta de montaña debería establecerse una Red Oficial de Recorridos por los que podrían circular.

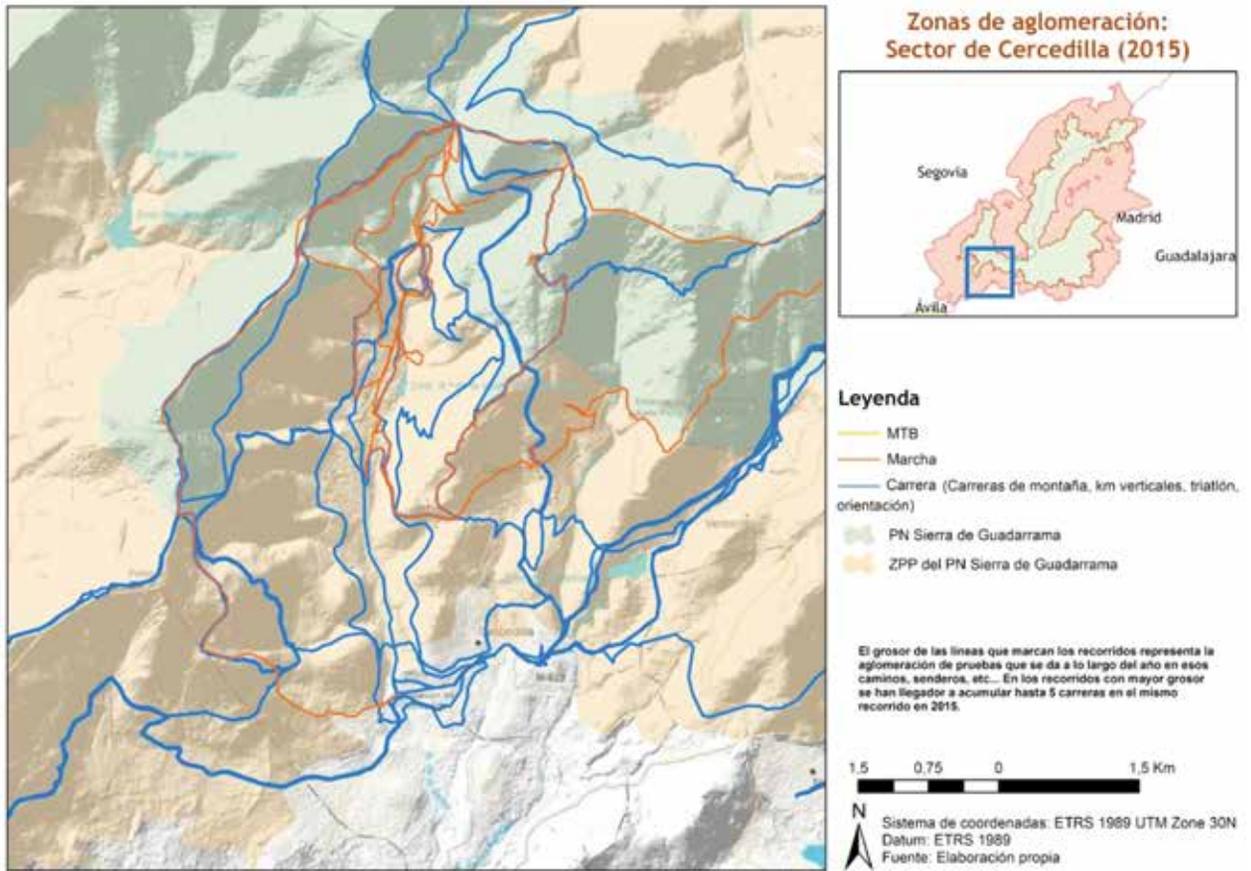
Asimismo, requisito importante debería ser el posicionamiento de los puntos de origen y de llegada de las pruebas fuera de áreas protegidas, dado el importante impacto que puede

conllevar sobre el medio el hecho de que una competición reúna a cientos de participantes en una zona protegida con unos valores ambientales al menos considerables.

Se considera fundamental la distribución estacional de estas pruebas. Se debería en este sentido evitar lo más posible concentrar este tipo de competiciones en los meses de primavera cuando ciertas actividades biológicas, como la nidificación o floración, puede ser afectadas de forma más apreciable.

### Cánones por organización

En ningún caso las competiciones celebradas dentro de Parque Nacional deberían tener fines publicitarios o lucrativos. Sería interesante que los clubes organizadores o cualquier otra entidad que quiera realizar este tipo de eventos, contaran con un aval económico que garantice la posibilidad de restaurar las afecciones que



las competiciones hayan podido causar, y que para ello dichos promotores pudieran establecer una serie de cánones de inscripción a los participantes. Es importante trasladar la idea de que estas pruebas pueden y deben contribuir económicamente a la conservación directa de los valiosos lugares por los que se desarrollan.

### Oportunidad para educar

Se considera asimismo fundamental que las competiciones se impregnen de un carácter educativo y de sensibilización hacia la conservación del entorno contribuyendo a la difusión de los valores de las áreas protegidas de manera explícita y concreta. Hay que transmitir la idea que estos enclaves son lugares especiales como museos en la naturaleza que hay que cuidar. Así debería exigirlo la Administración y así deberían entenderlo y promoverlo los organizadores: las competiciones deportivas como oportunidad para concienciar y sensibilizar a

los corredores y participantes sobre los valores naturales y culturales del medio donde se celebran. Estas competiciones deben servir para ganar adeptos convencidos para la conservación y protección de estos espacios.

### Prioridad a organizaciones con experiencia

La prioridad en la autorización de competiciones debería darse a aquellas que resulten más compatibles con las metas de conservación del espacio natural, en lugar de con la tradición. Organizaciones que demuestren la sensibilidad y su buen hacer en la gestión de este tipo de actividades deportivas.

De cara a posibles conflictos que esta medida pueda provocar, hay que tener en cuenta que las competiciones con un número de ediciones más elevado a sus espaldas, y mayor experiencia de organización, suelen ser las que en términos generales, y ambientales en particu-

Figura 12. Zona de aglomeración de competiciones deportivas en torno al Valle de la Fuenfría en el año 2015. Fuente: elaboración propia.

lar, cumplen con la normativa y presentan los comportamientos más adecuados.

### **Número de participantes**

Debería considerarse que no solo es importante el número, sino también la tipología de la actividad de competición considerada. No es igual el impacto que pueden tener las competiciones de marcha que las pruebas de bicicleta de montaña o kilómetros verticales. Analizar la regulación que se debe realizar también en función de los datos extraídos de media de participantes en cada tipología de competición. El objetivo de estas competiciones no debe ser el atraer al mayor número de participantes sino a un número asumible para la conservación del espacio y compatible con los umbrales o límites de impacto aceptables para los indicadores ambientales de seguimiento.

### **Evaluación ambiental**

Los estudios de impacto ambiental de las competiciones deportivas desarrolladas en áreas protegidas, especialmente áreas de montaña se antojan como una herramienta fundamental de ayuda en la toma de decisiones de los gestores del espacio protegido, federaciones y clubes, identificando de forma detallada las zonas críticas y permitiendo adoptar medidas de mitigación

Señalar a este respecto que, a pesar de que una competición pudiera obtener su autorización por el correcto cumplimiento de un determinado condicionado ambiental, no debería eximir a la organización de elaborar un estudio de impacto sobre el terreno durante su celebración, de manera que se cerciore su viabilidad con respecto al entorno natural en el que se desarrolla. Asimismo, una evaluación de los posibles deterioros que se generen permitiría conocer cuáles son las zonas que requerirían restauración, así como una estima del presupuesto necesario para llevarla a cabo. Estos estudios se deberían llevar a cabo al menos antes de la realización de la primera competición y con una periodicidad posterior de 4 o 5 años.

## **OTRAS EXPERIENCIAS DE INTERÉS DESARROLLADAS**

Nuestro equipo viene trabajando en los últimos años en actuaciones muy concretas para intentar compatibilizar las actividades deportivas con la conservación de los espacios naturales. A continuación se presentan algunas de estas experiencias que pueden servir de referencia en el futuro. Con estas medidas se quiere demostrar que el deporte puede ser compatible con la conservación si se lleva a cabo mediante un seguimiento y control de los impactos que genera y la sensibilización e implicación de federaciones, organizadores y corredores.

### **Requisitos ambientales para la sostenibilidad de las carreras de orientación**

Como se ha mencionado anteriormente, modalidades deportivas como la bicicleta de montaña y especialmente las carreras de montaña, se han popularizado enormemente en los últimos años. Por ello, los organismos gestores del territorio han comenzado a diseñar criterios de regulación de actividades en el medio natural, basadas en estas dos modalidades deportivas. Estos criterios incluyen en la mayoría de casos la prohibición de circular campo a través.

Ello ha generado que un deporte con gran tradición en España pero minoritario como es la orientación esté siendo prohibido en muchas zonas, debido a que su esencia radica en la libertad de elección de recorrido. Cada corredor elige su propia ruta de aproximación a los puntos de control y por tanto, tiene la opción de desplazarse campo a través sobre el terreno.

Teniendo en cuenta que las carreras de orientación tienen su razón de ser en el medio natural, la Federación Madrileña de Orientación (FEMADO) se planteó la necesidad de abordar un proyecto que permitiera poner de manifiesto que estas competiciones pueden y deben ser compatibles con la conservación de la naturaleza.

En este sentido, este proyecto trata de asistir a clubs y organizadores de pruebas de orien-

tación en los principios generales que deben regir las carreras de orientación para asegurar un mínimo impacto sobre el territorio. Para ello se ha elaborado una lista de chequeo que incluye requisitos ambientales a fin de que las carreras no se planifiquen en áreas ecológicamente frágiles y en los momentos óptimos, así como que sean planificadas y ejecutadas de modo que se minimicen los impactos sobre el patrimonio natural. Se ha propuesto que estas consideraciones sean aplicadas de forma piloto durante la temporada 2017 para recabar de los distintos clubs y organizadores de carreras cualquier indicación o sugerencia que pueda permitir mejorar los criterios propuestos y aplicarse de forma obligatoria para todas las competiciones de la liga regional en la temporada 2018.

En la misma línea la Federación Madrileña de Orientación (FEMADO) está desarrollando estudios de impacto ambiental previos de todas aquellas carreras del circuito madrileño de orientación que demandan el desarrollo de un mapa nuevo. Con estos estudios se pretende identificar previamente posibles conflictos ambientales que impiden la celebración de estas competiciones o definir posibles impactos potenciales que pueden ser tenidos en cuenta para el diseño de los trazados o la época de celebración. (Mas info: <http://www.femado.org>).

## GESTIÓN AMBIENTAL DE LAS CARRERAS DE MONTAÑA

Las carreras de montaña tanto por el número de pruebas como el de participantes ha sido el deporte que ha generado las mayores tensiones en espacios protegidos en los últimos años. En este sentido nuestro grupo de investigación ha trabajado en tres proyectos complementarios.

### Propuesta de medidas de gestión ambiental para la sostenibilidad de las carreras por montaña

Este estudio tuvo como objetivo principal determinar el grado de interés que pueda tener

la aplicación de una serie de medidas de gestión ambiental para reducir las potenciales afecciones que ocasionan las carreras por montaña en espacios naturales protegidos. Con ello se pretenden establecer unas recomendaciones mínimas para la organización de este tipo de competiciones de forma que se minimicen sus impactos ambientales. (Más info: <http://www.mapama.gob.es/es/ceneam/recursos/pag-web/propuesta-medidas-carreas-montana.aspx>).

### Informes ambientales del circuito madrileño de carreras por montaña

El objetivo principal de este trabajo ha sido estudiar de forma objetiva los potenciales impactos generados por las carreras por montaña adscritas a la Federación Madrileña de Montañismo, así como regularlas desde el punto de vista ambiental y minimizar sus posibles afecciones. Este proyecto incluyó la formación ambiental a árbitros, así como el diseño y elaboración de una serie de informes ambientales. Estas competiciones transcurren por el interior de hasta 10 espacios naturales protegidos, incluyendo en la mayoría de los casos algunos de los lugares más emblemáticos del Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama. (Más info: [www.fmm.es](http://www.fmm.es)).

### Evaluación ambiental del Gran Trail de Peñalara

El Gran Trail de Peñalara es la carrera de montaña más emblemática de la Sierra de Guadarrama y una de las más importantes que se celebran a nivel nacional. Con la finalidad de evaluar de forma objetiva los impactos generados y a fin de facilitar la incorporación de criterios de sostenibilidad en la toma de decisiones por parte del club que la organiza, la Real Sociedad de Alpinismo Peñalara, durante el presente año se está desarrollando una evaluación ambiental de la misma. Se pretende con ello garantizar una adecuada prevención de sus afecciones ambientales al tiempo que establece mecanismos eficaces de corrección o compensación. ([www.grantrailgtp.com](http://www.grantrailgtp.com)). ❀

# Turismo rural de base comunitaria en el asentamiento Jacaré Curitiba-Sergipe/Brasil

IABS, Instituto Brasileño de Desarrollo y Sostenibilidad

Incluso con potenciales atractivos turísticos naturales y culturales, la región donde se encuentra el mayor asentamiento rural en América Latina se ve marcada por un bajo índice de desarrollo humano (IDH) y los bajos ingresos de sus habitantes, en el que la inserción productiva de las cadenas agroalimentarias –guiada por el principio del turismo comunitario– puede actuar como un factor de desarrollo de la comunidad. Este artículo se centra en el análisis de la experiencia del proyecto “Plan de Turismo Rural Comunitario para el Asentamiento Jacaré Curitiba - Sergipe / Brasil”, que originó la elaboración de un documento en el que se definieron las estrategias de desarrollo turístico del destino, así como las directrices, programas y proyectos a ser ejecutados. Su hipótesis es que el turismo sostenible es, entre otros, la atención a las cuestiones ambientales, culturales y sociales con el fin de minimizar los impactos de la actividad, para que los residentes tengan la oportunidad de inserción y crecimiento económico y social.

## LA COMUNIDAD COMO SUJETO

Hoy en día se evidencia un significativo avance de actividades turísticas en comunidades de diferentes tipos. Aunque estas iniciativas se

presentan de varias formas, considerando la diversidad y la singularidad de las realidades locales, se percibe, como un elemento común, la interpretación de la comunidad como sujeto de su propio avance, participando en la concepción, desarrollo y gestión del turismo. Tales experiencias han sido englobadas de forma genérica bajo el título de turismo de base comunitaria (TBC) (Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social, 2011).

Así, según el Laboratorio de Tecnología y Desarrollo Social (LTDS), de La COPPE/UFRJ (2011):

*La extensión geográfica y la diversidad de experiencias encontradas en el país también colaboran para la amplitud conceptual del turismo de base comunitaria, una vez que éste es usado para tratar de contextos tan diversos y diferentes en cuanto a comunidades urbanas y rurales, pudiendo estar referido a las poblaciones tradicionales o a las combinaciones sociales compuestas por los movimientos migratorios y procesos de exclusión socioeconómicos, entre otros (p. 07).*

Esta alternativa de turismo se ha consolidado en el mundo entero como un modelo de de-



Transformación de la yuca en la cooperativa de productores del asentamiento. Foto: Jannyne Barbosa.

sarrollo centrado en los recursos endógenos (humanos, naturales e infraestructura). En este tipo de turismo, la comunidad local participa directamente en el diseño, desarrollo y gestión del turismo en la comunidad.

La consideración inicial –que motivó el diseño de este artículo– también parte de la visibilidad alcanzada por el turismo comunitario en la actualidad. En los programas oficiales de promoción del turismo y el diseño de políticas públicas para este sector, el turismo comunitario se presenta como una alternativa comúnmente asociada con la sostenibilidad, al enfoque social de las comunidades, la preservación de la identidad y formas de vida local, siempre en búsqueda de la autenticidad del destino turístico. Aliado a estos conceptos, la construcción del turismo en conjunto con los actores locales, a través de movilizaciones y talleres de planificación, es un factor crucial en la implementación de este tipo de turismo.

A partir de estos puntos conceptuales, la pregunta que surge es: ¿Cómo la inserción produc-

tiva de las cadenas agroalimentarias –sustentada en el principio del turismo comunitario– puede actuar como un factor de desarrollo en las zonas subdesarrolladas con actividad turística?

Ese artículo específico se centra en el análisis de la experiencia del proyecto “Plan de Turismo Rural Comunitario para el Asentamiento Jacaré Curitiba - Sergipe / Brasil”, que se originó de un Proyecto del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo –PNUD– *Manejo del Uso Sostenible de la Tierra en Semiárido del Nordeste Brasileño (Sergipe)* y consistió en la construcción conjunta, técnica y participativa, de un documento en el que se definieron las estrategias de desarrollo turístico del destino, así como las directrices, programas y proyectos a ser ejecutados. Su hipótesis es que el turismo sostenible proporciona, entre otros, la atención a las cuestiones ambientales, culturales y sociales con el fin de minimizar los impactos de la actividad, para que los residentes tengan la oportunidad de inserción y crecimiento económico y social.

Niño con la ropa de "vaqueiro". Vestimenta específica para la fiesta popular de la vaquejada. Foto: Jannyne Barbosa.



### CARACTERIZACIÓN DEL ASENTAMIENTO JACARÉ CURITUBA - SERGIPE

De acuerdo con el Plan de Consolidación de los Proyectos del Asentamiento Jacaré Curitiba, 1995, este asentamiento se encuentra en la micro-región geográfica, en la zona árida del río São Francisco, cubriendo un total de 9617 hectáreas ubicadas en terrenos entre los municipios de Canindé de São Francisco y Poço Redondo. Un total de 852 familias –2850 personas– están asentadas en estos terrenos. Este Asentamiento de Reforma Agraria es de suma importancia en el Estado de Sergipe-Brasil, debido a la naturaleza de su logro, a su extensión y al número de familias que en él viven.

#### Aspectos históricos

Brasil es uno de los países con mayor concentración de las tierras del mundo. La conquista de este asentamiento es el resultado de la lucha por la tierra llevadas a cabo por el Movimiento de Trabajadores Rurales Sin Tierra (MST) en esta localidad desde mediados de 1990. El MST es uno

de los movimientos sociales más importantes de Brasil, teniendo como principales objetivos la lucha por la tierra, la lucha por la reforma agraria en el país, y la lucha por la transformación social, con la finalidad última de alcanzar una sociedad más justa y menos desigual. Incluso tras haberse instalado en el asentamiento, las familias permanecen organizadas en el MST, pues la conquista de la tierra, de acuerdo con el MST, es sólo el primer paso en la implementación de la reforma agraria. (MST, 2005).

La región del Alto Sertão de Sergipe ha estado tradicionalmente bajo el mando de propietarios de tierras y coroneles de la época. Con la finalización de la construcción de la represa hidroeléctrica de Xingó, el desempleo, el hambre y la miseria asolaron la región. Esta coyuntura agraria local se sumó a la coyuntura agraria nacional, según la cual el MST asumió una estrategia de lucha por la tierra, como una manera de enfrentar los problemas de desigualdad social y agraria que asolaba el país. Ante esta situación, a partir de 1995 trabajadores rurales organizados en el MST dimensionaron el espacio de socialización política realizando un

trabajo de base con los excluidos y menos favorecidos. De igual manera, se articularon y se movilizaron con los Sindicatos de Trabajadores Rurales de los municipios vecinos.

### Aspectos geográficos y económicos

La zona del asentamiento Jacaré-Curitiba se encuentra en los municipios Canindé de São Francisco y Poço Redondo, en la región semiárida del Estado de Sergipe, zona del Bajo río São Francisco, entre las cataratas de Paulo Afonso y su desembocadura.

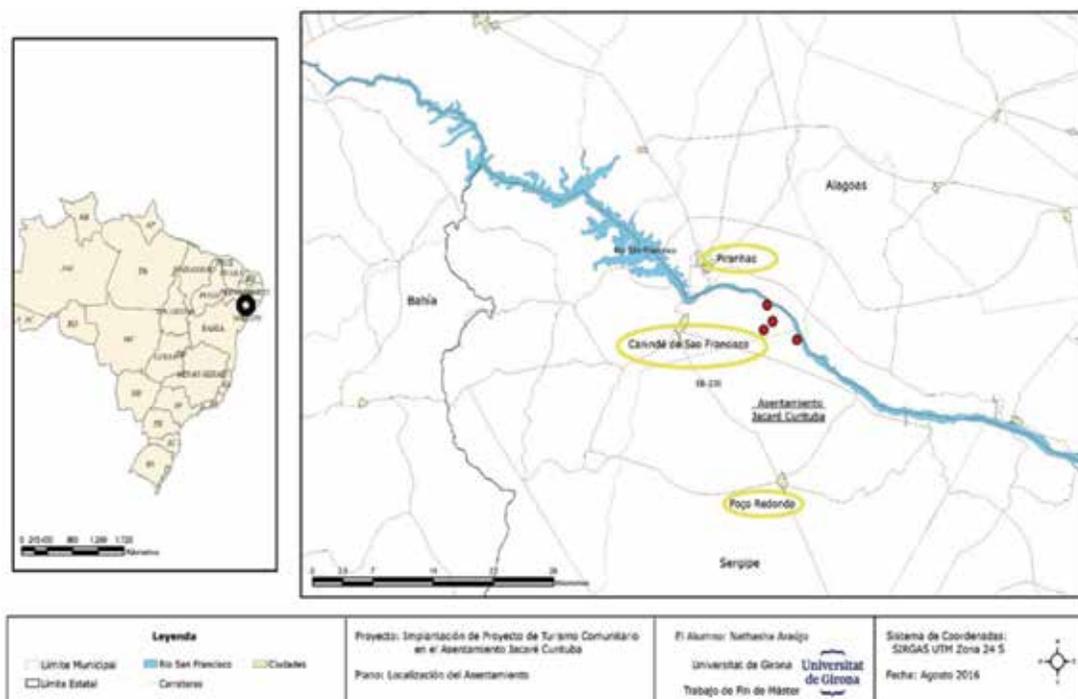
Según el Instituto Brasileño de Geografía e Estadística (IBGE), en 2016 el municipio de Canindé de São Francisco, con una población de 28832 habitantes, en gran parte concentrada en su área urbana, tiene una superficie de 902251 km<sup>2</sup>. Situado en la mesorregión del Sertão del São Francisco, está a 195 km de la capital en línea recta. Está conectado con la carretera BR/101 a través de la autopista estatal SE/208, y con la capital del Estado, a través de la carretera nacional Jorge de Oliveira Neto.

Por su parte, también según del IBGE, en 2016 el municipio de Poço Redondo cuenta con una población de 34147 habitantes, la mayoría en zona rural, y tiene una superficie de 1212461 km<sup>2</sup>, que tiene accesos similares a los Canindé de São Francisco, estando a unos 140 km de la capital.

La figura anterior, muestra la ubicación geográfica de la comunidad estudiada. Los elementos marcados con un círculo amarillo son las ciudades de Piranhas, Canindé de São Francisco y Poço Redondo, ubicadas alrededor del asentamiento. En azul se señala el río São Francisco. Los puntos rojos marcan el Monumento Natural, la Grotta do Angico y los equipamientos turísticos Parque Eco Cangaço y Espacio Ecológico Angicos, que se encuentran en el río. Como se puede notar, el área estudiada es dotada de potenciales atractivos turísticos naturales y culturales.

Los indicadores socioeconómicos de la región son bajos, caracterizando un área de desarrollo económico insatisfactorio, con la mayoría

Localización del Asentamiento



Fuente: Elaboración propia.



Carro de trabajo propio de la región. Foto: Jannyne Barbosa.

de los municipios vecinos posicionados entre los de menor Índice de Desarrollo Humano (IDH) en la clasificación de los municipios brasileños.

La agricultura es la principal actividad económica de la región. La población cuenta con un suelo fértil y un sistema de riego por goteo y micro aspersión, aprovechando el agua del río São Francisco. Los principales cultivos son quimbombó, calabaza, frijol, maíz, yuca y diversas frutas como fruta de pasión, guayaba y acerola. El quimbombó producido en estas tierras surte a gran parte de los estados de Bahía, Sergipe y Minas Gerais.

La comercialización de los productos del campo se da a través de la cooperativa del asentamiento, por medio de intermediarios que llevan los productos a otros estados, y a través de la venta directa en la feria de la reforma agraria, que se organiza cada semana.

La construcción del Plan de Turismo Rural Comunitario para el Asentamiento Jacaré Curituba fue desarrollado por los profesionales del Instituto Brasileño de Desarrollo y Sostenibilidad (IABS) con el objetivo de producir un documento en que se definieron las estrategias de desarrollo turístico con los principios del turismo sostenible del destino, así



Fuente:  
Acervo IABS.  
Crédito:  
Nathasha  
Lindsei.

como las directrices, programas y proyectos a ser ejecutados.

Creado en 2003, el Instituto Brasileño de Desarrollo y Sostenibilidad (IABS) es una Organización de la Sociedad Civil de Interés Público (OSCIP). Su objetivo permanente es contribuir al bienestar social, el desarrollo sostenible y la reducción de las desigualdades en los niveles local, regional, nacional e internacional. Por sus acciones, considera la salud y la calidad del medio ambiente, el desarrollo y el fortalecimiento institucional, la protección del patrimonio natural y cultural, la mejora de la calidad de vida y garantizar el acceso a tales beneficios a las generaciones presentes y futuras.

#### PLAN DE TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL ASENTAMIENTO JACARÉ CURITUBA

El plan de turismo rural de base comunitaria fue construido de manera participativa con los actores interesados en desarrollar actividades

económicas ligadas a turismo, como forma de complementar su renta.

El turismo sería, en ese caso, además de una alternativa complementaria para generación de renta, una solución para protección ambiental del bioma caatinga, puesto que algunas actividades culturales importantes del asentamiento, como la “pega de boi” son atractivos turísticos singulares que necesitan de una caatinga bien preservada para acontecer.

A continuación, el Plan de Turismo Rural Comunitario está dividida en 3 secciones:

- Aspectos metodológicos de la elaboración del plan;
- Presentación del diagnóstico del destino
- Presentación de los alineamientos estratégicos para el desarrollo del turismo en el destino.

Por último, las consideraciones finales se centrarán en la inserción productiva en la cadena

agroalimentaria, su relación con el desarrollo sostenible del turismo, y su relación con el caso del asentamiento Jacaré Curitiba.

### LOS ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA ELABORACIÓN DEL PLAN

La metodología utilizada para el desarrollo del proyecto se originó inicialmente en la caracterización de la zona de estudio, utilización de mapas, fotografías, y planificación de los datos primarios y secundarios.

A través de entrevistas semiestructuradas fue posible obtener datos cuantitativos y cualitativos sobre los actores locales y su relación con el turismo. En esta muestra fueron priorizados los representantes que tenían relación esencial o clave para el enfoque de la investigación. La na-

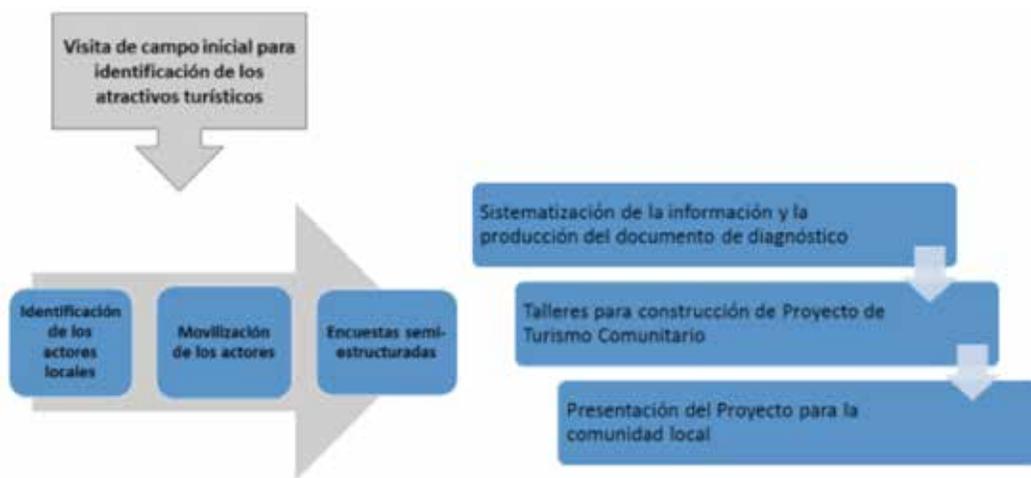
turalidad de las actividades (con potencial para ser exploradas) fueron pre-definidas como: alojamiento, gastronomía, cultura, producción rural y artesanía.

Se diseñó una encuesta con 26 preguntas, en que 15 eran cerradas y obligatorias, con el objetivo de conocer la realidad social y económica de la comunidad, y su relación con el turismo. A través de las encuestas, fue posible analizar la información sobre las características de los encuestados, la descripción de sus actividades, áreas de actuación de los residentes y la relación de la comunidad con el Monumento Natural presente en un área protegida en el asentamiento.

Después de que el proceso de sistematización de los datos recogidos en las encuestas, se inició el proceso de movilización de los encuestados a participar en talleres para la construcción

Fuente:  
acervo  
IABS – Foto:  
Nathasha  
Lindsei.





Fuente: IABS, 2016.

participativa del plan de turismo comunitario en el asentamiento de la reforma agraria Jacaré Curitiba.

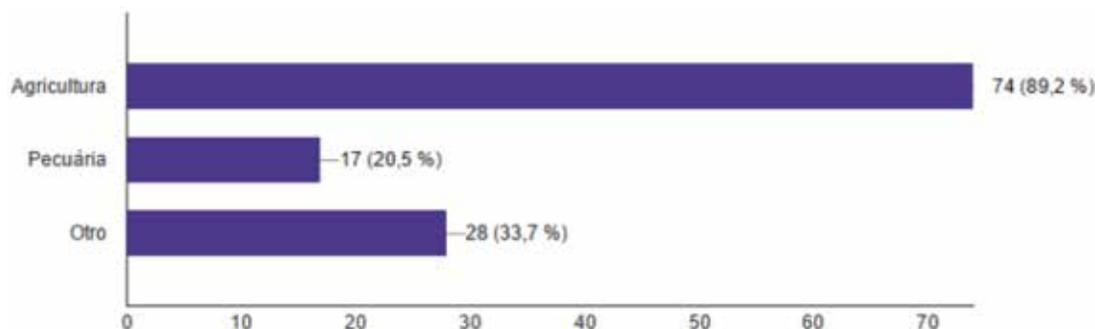
A partir de esas técnicas, fue posible obtener información para ayudar en la planificación de las acciones y la realización del estudio y diagnóstico de la situación real. Además de las etapas presentadas, se realizaron visitas de campo entre los meses de mayo y agosto de 2016, para identificar el potencial turístico de la región, movilizar y sensibilizar a los actores locales y ponerse en contacto con la Asistencia Técnica y Extensión Rural – ATER y los líderes del MST. Durante las visitas se discutieron las propuestas de esta investigación, donde cada representante de los ejes que se relacionan con el turismo expuso sus intereses.

Las etapas del proyecto de investigación se especificarán en la tabla anterior.

Al final, después de los talleres y el diagnóstico participativo de los puntos fuertes y débiles de los ejes relacionados con el turismo en el asentamiento, fue elaborado un plan de acción con propuestas de mejora y una continuación con el trabajo propuesto. A la continuación, en la última visita, el plan fue presentado a la comunidad y para posibles organismos de financiación como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo –PNUD y Programa de Desarrollo del Turismo– PRODETUR.

### PRESENTACIÓN DEL DIAGNÓSTICO DEL DESTINO

En cuanto a la producción, el 88,8% de los encuestados admitió no hacer ninguna transformación de sus cultivos. Eso significa que los productores solo venden la cosecha a través de intermediarios, de la Feria de Reforma Agraria,



Fuente: IABS, 2016.

## Situación de la oferta turística de la región del asentamiento

Oferta Turística	
Tipo de Información	Situación Actual
Infraestructura de Apoyo al Turista	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los <b>medios de acceso</b> al asentamiento por carretera son buenas, sin embargo la parte interna carece señalización y pavimentación.</li> <li>• El <b>sistema de comunicación</b> está restringido, solo hay una operadora telefónica que funciona precariamente y no hay internet en el asentamiento.</li> <li>• La <b>seguridad</b> depende de los municipios de Poço Redondo y Canindé de São Francisco, sin embargo es limitada y no hay bomberos.</li> <li>• El <b>sistema de salud</b> también depende de los municipios mencionados. Solo hay un centro de salud dentro del asentamiento para toda la comunidad.</li> </ul>
Servicios y Equipamientos Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Equipamientos de alojamiento:</b> No hay en el asentamiento;</li> <li>• <b>Equipamientos de restauración:</b> No hay en el asentamiento. Sin embargo, el Cangaço Eco Parque y el Espaço Ecológico Angicos se presentan como grandes opciones también de ocio en los alrededores.</li> <li>• Hay en las agencias de asentamiento, transporte turístico o equipos para eventos.</li> </ul>
Atractivos Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Atractivos naturales:</b> Cânions do São Francisco, Rio São Francisco, Monumento Natural Grota do Angico e São Francisco;</li> <li>• <b>Atractivos culturales:</b> Cidade de Piranhas, Povoado de Entremontes, Rota do Cangaço, missa do cangaço, missa do vaqueiro, Museu de Arqueologia de Xingó - MAX;</li> </ul>

Fuente: IABS, 2016.

de las ventas directas y de a través de la cooperativa. Ellos no tienen el hábito de convertir sus cultivos en las recetas gastronómicas que sería una alternativa para obtener ingresos adicionales.

Se hizo el análisis de la oferta turística existente en el asentamiento teniendo en cuenta la infraestructura de apoyo al turista, servicios y equipamientos turísticos, y atractivos turísticos. Como se mencionó anteriormente, la construcción del plan de turismo rural comunitario

es la primera iniciativa relacionada con el turismo en el asentamiento, teniendo en cuenta la escasez natural de los elementos que constituyen un destino turístico.

A partir de la recopilación de los datos obtenidos a través de encuestas en la comunidad, fueron extraídos resultados con respecto a la franja de edad, nivel educativo, renta mensual familiar, medios de subsistencia de las familias, área de actuación, transformación del producto de cultivo, si el trabajo de los

Encuestas	
Tipo de Información	Situación Actual
Nivel Educativo	72,3% Educación Primaria 12% Educación Secundaria 9,6% Sin Escolarizar 2,4% Graduación
Renta Mensual Familiar	51,9% Hasta R\$ 500,00 (el equivalente a aproximadamente 152 euros) 37,7% De R\$ 500,01 hasta R\$ 1500,00 6,5% De R\$ 1500,01 hasta R\$ 2500,00 2,6% De R\$ 2500,01 hasta R\$ 5000,00
Interés en trabajar con turismo	73,5% Si 26,5% No
Son conscientes del monumento natural	50,6% No 49,4% Si

Fuente: IABS, 2016.



encuestados tiene relación con la actividad turística y su interés en trabajar con este segmento.

**PRESENTACIÓN  
DE LOS ALINEAMIENTOS  
ESTRATÉGICOS PARA  
EL DESARROLLO DEL TURISMO  
EN EL DESTINO**

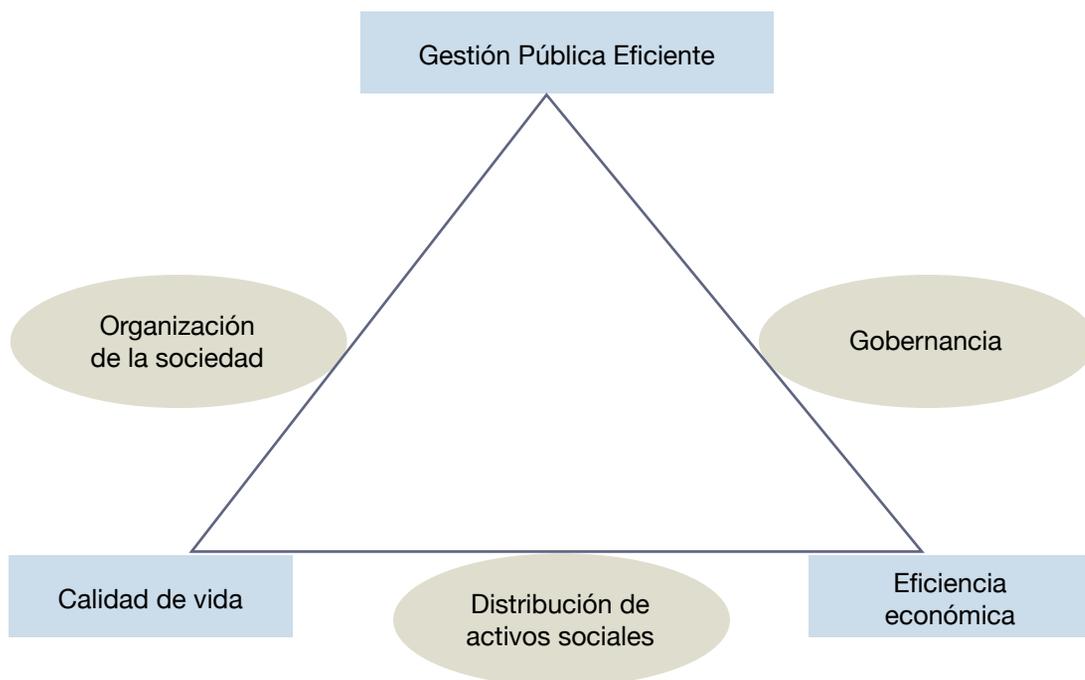
Las estrategias de desarrollo se guían por un conjunto de objetivos que indican donde se desea obtener en el futuro, teniendo en cuenta la base de los retos y aprovechando las oportunidades identificadas. Son ellos:

a) Políticas públicas e inversiones para el desarrollo de las actividades turísticas, con el fortalecimiento de la infraestructura y la

mejora de los servicios públicos y privados existentes;

- b) Promoción del desarrollo de la actividad turística en el asentamiento Jacaré Curituba como herramienta de lucha contra la desertificación y la gestión sostenible de tierras y de sus recursos naturales;
- c) La inserción de productos agroalimentarios en la cadena turística como herramienta de desarrollo local, aportando beneficios directos a las comunidades involucradas;
- d) El crecimiento inclusivo y sostenible, incorporando capacidades productivas –promoviendo la generación de empleos e ingresos, y añadiendo valor en la experiencia turística ofrecida en la región.

Entrada del principal atractivo turístico del asentamiento, Monumento Natural Grotto of Angico, donde está el lugar en el que murió “Lampião” un personaje histórico muy importante de la región. Foto: Jannyne Barbosa.



Fuente: Buarque (2008).

- e) La protección de los ecosistemas únicos y frágiles, como las especies de la fauna, la flora y los fenómenos naturales.

#### LA INSERCIÓN PRODUCTIVA EN LA CADENA AGROALIMENTARIA Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO

Es importante abrir un espacio de discusión sobre los desafíos para la inserción productiva entre los grupos de pequeños agricultores de las regiones menos favorecidas, porque el turismo es considerado como un sector económico esencialmente incluyente, transversal, generador de empleo e ingresos en sus variadas diversificaciones.

El hecho de la inclusión social y la lucha contra la pobreza son dos de los aspectos en la agenda nacional de políticas públicas en la construcción de un turismo sostenible y del desarrollo local, la inserción productiva asume un papel diferencial en la vida de las personas, como se puede entender como un pro-

ceso orientado la conquista de la autonomía, la formación de ciudadanos que se integran en el mundo en el trabajo, que los conduce a una vida digna, con sus derechos garantizados (BRASIL, 2012b).

Para Buarque (2008) El desarrollo local sostenible es el resultado de la interacción y sinergia entre la **calidad de vida** de la población local (reducción de la pobreza, generación de riqueza y distribución de activos), la **eficiencia económica** (con el valor añadido de una cadena de producción), y una **gestión pública eficiente**, como se encuentra representado de forma esquemática en el gráfico de “la multiplicidad de las sinergias locales” que se muestra a continuación. Esa interacción debe ser mediada por el gobierno y por la organización de la sociedad, que ejerce el papel de guiar las políticas e inversiones públicas locales. Por último, la **distribución** de los activos sociales, que garantizan la internalización de la riqueza y los desarrollos sociales de la economía. Según el autor, esos son los tres principales pilares de un proceso de desarrollo local, formando una combinación de factores que pueden promover la reorganización de la

economía y de la sociedad local. El autor resalta que la conservación ambiental representa un condicionante decisivo para que el proceso de desarrollo local sea sostenible y se pueda mantener a largo plazo.

### LA INSERCIÓN PRODUCTIVA EN EL ASENTAMIENTO JACARÉ CURITUBA

Partiendo del concepto de desarrollo local “como el proceso endógeno de promover el dinamismo socio-económico de una unidad territorial, por medio de la organización social en el ámbito local, la conservación del patrimonio ambiental, y de la explotación de las capacidades y de las potencialidades encontradas en búsqueda de la autogestión de los residentes y de la mejora de la calidad de vida de su población (Buarque, 1999; IRVING, 2001)”, se puede decir que este concepto no tiene correspondencia con la región estudiada.

Incluso con todo el potencial –productivo y natural– que se encuentra en el asentamiento, los contrastes sociales son evidentes, las huellas de la pobreza y la miseria, y la ausencia de un sistema productivo turístico más integrador, que busque el desarrollo endógeno de las localidades.

La desigualdad social y la exclusión están presente, especialmente entre los pequeños agricultores de esta comunidad. La gran parte del consumo de frutas y verduras de hoteles, posadas y restaurantes de la zona es mediante la compra a través de la cooperativa existente en el asentamiento, que es administrada por un pequeño grupo de agricultores, y los beneficios de estas ventas se concentran en las manos de esta minoría de comerciantes.

Como respuesta de las encuestas realizadas en las comunidades, los agricultores admiten que no utilizan los cultivos para producir recetas gastronómicas para fines comerciales a los turistas que pasan por la región. Este es un punto

a ser trabajado en la región, porque esta producción podría generar ingresos para los agricultores.

Promover la inclusión de las comunidades locales en el desarrollo del turismo no solo puede contribuir al dinamismo socioeconómico, sino también a mejorar la experiencia turística –ya que permite el contacto con los aspectos culturales auténticos y genuinos de una comunidad. Por lo tanto, las actividades productivas pueden promover y añadir valor al turismo. Por otra parte, la cultura y la gastronomía de una región es una expresión importante de su patrimonio y situadas en una atracción turística apreciada. La cocina local puede ser incluso un diferencial de un destino y además, generar renta para la población residente. ❀

### BIBLIOGRAFÍA

- Brasil (2012a). *Congresso Virtual Internacional. Economia Verde e Inclusão Socioprodutiva: o papel da agricultura familiar. Reflexões para a Rio+20*.
- Brasil (2012b). Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS). *Editais para Projetos de Inclusão Produtiva*
- Buarque, S. C. (2008). *Construindo o desenvolvimento local sustentável* (4 ed.). Rio de Janeiro: Garamond.
- Buarque, S.C. *Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável: Material para orientação técnica e treinamento de multiplicadores e técnicos em planejamento local e municipal*. Brasília: PCT –INCR/ IICA, 1999. 105 p.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Acesso em 2016, disponível em <http://cidades.ibge.gov.br/v3/cidades/municipio/2805406>.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Acesso em 2016, disponível em <http://cidades.ibge.gov.br/v3/cidades/municipio/2801207>.
- Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária - INCRA. (Maio de 2005). Programa de consolidação e emancipação (auto-suficiência) de assentamentos resultantes da reforma agrária. *Plano de consolidação dos projetos de assentamentos Jacaré-Curitiba*. Sergipe, Brasil.
- MST. Documento Básico. São Paulo: MST, 2005
- Plano de Turismo Rural Comunitário para o Assentamento Jacaré Curitiba. IABS, 2016
- Social, L. d. (2011). *Relatório técnico: Marco Referencial Teórico para o Turismo de Base Comunitária*. PEP/COPPE/UFRJ.

# Desarrollo turístico sostenible en áreas rurales desde el punto de vista empresarial

María Blázquez Hidalgo

Responsable de proyectos e innovación. AEI Cluster del Turismo de Extremadura

*“Con más de mil millones de turistas internacionales viajando por el mundo todos los años, el turismo se ha convertido en una poderosa fuerza transformadora que tiene una influencia decisiva en la vida de millones de personas. Las posibilidades del turismo de incidir en el desarrollo sostenible son considerables. Por ser uno de los principales sectores de generación de empleo en el mundo, el turismo ofrece importantes oportunidades de subsistencia, con lo que contribuye a aliviar la pobreza e impulsar el desarrollo inclusivo”*

Secretario General de la ONU,  
Ban Ki-moon  
Día Mundial del Turismo, 2015

Naciones Unidas ha establecido que 2017 sea “el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo”, por lo que este año será un tema central en todos los foros y grupos de opinión de planificación y gestión turística, respondiendo a la necesidad imperante de establecer medidas urgentes para proteger el patrimonio cultural y natural de los impactos que provoca el constante incremento de visitantes.

Este artículo pretende reflexionar sobre cómo afectan al desarrollo sostenible las actividades que realizan las empresas turísticas en áreas rurales con un alto valor natural y cultural, así como sobre la necesidad de establecer un equilibrio en pro de la conservación y preservación de los territorios. También sobre el papel y la influencia

El Año Internacional del Turismo sostenible hará hincapié en el papel del turismo en los cinco ámbitos clave siguientes:

1. Crecimiento económico inclusivo y sostenible.
2. Inclusión social, empleo y reducción de la pobreza.
3. Uso eficiente de los recursos, protección ambiental y cambio climático.
4. Valores culturales, diversidad y patrimonio.
5. Comprensión mutua, paz y seguridad.

Fuente: OMT.



que tienen los empresarios para mantener “vivos” estos espacios y garantizar su preservación.

En concreto, las reflexiones y opiniones plasmadas en este artículo son fruto de estar en contacto con empresas que desarrollan actividades turísticas en Extremadura, siendo por tanto una visión crítica personal fundamentada en 8 años de experiencia diseñando, planificando y ejecutando proyectos de desarrollo turístico sostenible. También se han tenido en cuenta las opiniones de emprendedores que no han tenido éxito a la hora de poner en funcionamiento sus ideas de negocio y de la normativa vigente en la región.

### ÁREAS RURALES DE INTERIOR, EL DESAFÍO DEL DESARROLLO TURÍSTICO

Las áreas rurales de interior de la Unión Europea están sufriendo una serie de cambios que son comunes a todas ellas. Existen grandes dificultades para crear empleo estable y de calidad, debido en

gran parte a la falta de oportunidades y a la escasa diversificación de las economías locales. Estos cambios están causando un abandono de los pueblos y de sus tierras de cultivo, del patrimonio cultural, material e inmaterial, envejecimiento de la población, desigualdad de oportunidades, etc. y los que vivimos en zonas rurales de interior somos muy conocedores de esta situación.

Todas estas pérdidas difícilmente serán recuperables si no se invierte la tendencia de abandonar las zonas rurales para buscar nuevas oportunidades en las ciudades.

Los gobiernos son conscientes de esta realidad. Y uno de los retos que se plantean para el año 2020 es ofrecer soluciones que permitan mejorar las oportunidades de los entornos rurales. La gran apuesta o solución común a muchos de los problemas que tienen las áreas rurales de interior, está en el desarrollo turístico.

La apuesta por el turismo como motor de desarrollo en las zonas rurales es una realidad que se ha implantado en todos los territorios. Un

Las empresas turísticas deben compatibilizar la sostenibilidad con la rentabilidad. Crucero turístico Balcón del Tajo. Parque Natural Tajo Internacional. Foto: AEI Cluster del Turismo de Extremadura.

La Organización Mundial del Turismo considera “patrimonio al conjunto potencial conocido o desconocido de los bienes materiales o inmateriales existentes en un determinado territorio que están a disposición del hombre”. Este concepto incluye los espacios naturales, entornos culturales, paisajes, lugares históricos, tradiciones...

hecho que se ve reflejado en los innumerables estudios, planes de desarrollo, de dinamización, directores o estratégicos que surgen día a día.

Cada rincón de Europa, por muy pequeño que sea, tiene su propio plan de desarrollo turístico. En España, comarcas, poblaciones, provincias, Comunidades Autónomas, etc. principalmente de interior, dedican gran cantidad de recursos a diseñar líneas estratégicas para conseguir que el turismo se convierta en su principal industria, y que ésta se convierta en la principal fuente de riqueza, generando ingresos y empleo.

Para que exista desarrollo turístico, es necesario que los territorios cuenten con recursos turísticos que despierten el interés de los visitantes. Es fundamental que sean atractivos, accesibles, y como se verá en el punto siguiente de este artículo, que sean comercializables. En muchas ocasiones se ponen en marcha planes de

desarrollo turísticos de destinos, sin tener una valoración objetiva del interés real que puedan generar, no se realizan estudios de viabilidad ni de cómo se producirá un retorno de las inversiones. En reiteradas ocasiones nos encontramos con gestores que consideran que los recursos turísticos de su territorio son lo suficientemente atractivos como para desarrollar un plan de dinamización en torno a ellos. Y esto provoca, en numerosas ocasiones, que la realidad no se ajuste a lo deseado y que los resultados obtenidos no sean los esperados.

### PATRIMONIO Y DIFERENCIAS ENTRE RECURSO Y PRODUCTO TURÍSTICO

Algo muy común es confundir recurso con producto turístico o con patrimonio. Es importante tener una correcta interpretación de los conceptos para obtener una visión lo más clara posible de lo que supone el desarrollo turístico sostenible en los territorios rurales.

Se puede afirmar que el primer impacto del desarrollo turístico, en el territorio, será sobre el patrimonio. Esto es debido a que los responsables del desarrollo turístico deberán intervenir para convertirlo en productos o servicios.

El recurso turístico es todo aquel patrimonio que genera un desplazamiento, principalmente de ocio. Y para que los recursos turísticos puedan ser disfrutados por los visitantes, es necesario dotarlos de productos y servicios.

El producto o servicio turístico es el que se comercializa fijando un precio, se pone a la venta,

Tabla 1. Diferencias entre recursos y producto turístico

Natural		Cultural	
Recurso Turístico	Producto Turístico	Recurso Turístico	Producto Turístico
Parque Nacional de Monfragüe.	Visita guiada en 4x4 para observar la flora y la fauna en el Parque Nacional de Monfragüe.	Ciudad Monumental de Cáceres.	Rutas teatralizadas a cargo de juglares por la ciudad monumental de Cáceres.

Fuente: Elaboración propia.



es identificable a través de una marca y es la principal fuente de ingresos de las empresas y destinos turísticos. Los productos turísticos se caracterizan por ser heterogéneos debido a la gran diversidad de componentes que lo integran. Y esto conllevará una mayor complejidad a la hora de gestionar la sostenibilidad.

La diferencia entre estos dos conceptos es fundamental para entender el pilar económico y social de la sostenibilidad.

El recurso turístico excepcionalmente se comercializa, y genera elevados gastos de mantenimiento y conservación, que normalmente son asumidos por las Administraciones Públicas.

Con los ejemplos anteriores, se explican las diferencias de cómo contribuyen, de forma diferente a la sostenibilidad, los recursos (que no son comercializables) y los productos.

El Parque Nacional de Monfragüe recibe unos 250 000 visitantes al año. El acceso al parque es gratuito. La ciudad Monumental de Cáceres recibe más de 200 000 turistas anuales y su acceso también es gratuito. ¿Por qué el uso y disfrute de estos espacios no supone ningún coste al turista? Esta pregunta está cada vez más presente, sobre todo a partir de la grave crisis económica de los últimos años.

La primera cuestión que plantea este artículo es qué sucedería si las Administraciones Públicas no pudieran garantizar las inversiones necesarias en conservación y mantenimiento de este patrimonio. ¿Se podría garantizar su sostenibilidad? ¿Existen alternativas para que los recursos turísticos puedan generar ingresos que reviertan en su mejora?

La respuesta es sí, y cada vez son más las Administraciones Públicas que trabajan en la im-

Paisaje de Bosque Mediterráneo en Extremadura. Foto: AEI Cluster del Turismo de Extremadura.

**Producto turístico es el conjunto de elementos materiales (infraestructuras, equipamientos, recursos turísticos) e inmateriales (la hospitalidad de la población, la calidad en los servicios, experiencias personales) dirigidos a satisfacer las necesidades y expectativas de los visitantes**

plantación de Planes de Desarrollo que permitan obtener una fuente de ingresos que revierta en sus territorios. Aunque es una tarea difícil, debido a la legislación vigente, cada vez es más habitual tener que pagar por visitar determinados espacios naturales y culturales. Los ingresos obtenidos se dedican a garantizar su sostenibilidad, a través de la mejora de equipamientos e infraestructuras, inversión en conservación, además de la generación de nuevas oportunidades de empleo.

La cooperación público-privada en el diseño y gestión de los Planes de Desarrollo Turístico es una condición indispensable para que éstos tengan éxito y para garantizar su sostenibilidad.

#### **LA IMPORTANCIA DE LAS EMPRESAS LOCALES EN EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE**

El desarrollo sostenible se sustenta en tres pilares: el medioambiental, el social y el económico. El que exista un equilibrio entre estos tres pilares es lo que garantizará que las políticas de desarrollo turístico sean efectivas y beneficiosas para los territorios.

En este artículo se tratará el pilar económico, promovido por pequeñas empresas locales como eje de la sostenibilidad turística en áreas rurales. Sin restar importancia a los pilares social y medioambiental, que son inseparables e im-

prescindibles, hay que recordar que el turismo es un sector económico que integra multitud de subsectores que están interrelacionados entre sí.

Anteriormente se ha comentado que cuanto más valor tiene un recurso turístico más interés despierta. También influyen las tendencias y las modas, y lo que antes no generaba interés, en tiempos actuales se convierte en un potente atractivo turístico.

En este punto también hay que destacar los cambios producidos en las demandas del turista. El turista del siglo XXI reclama un turismo responsable, respetuoso con el medio, con los valores sociales y se decanta por empresas que apuestan por la sostenibilidad.

Y aquí juegan un papel importante las pequeñas empresas locales, porque son las principales interesadas en preservar y mantener el medio que las rodea. Si se pierde el valor patrimonial y desaparece el atractivo, no hay interés turístico, y los empresarios son conscientes de esta realidad.

A esto hay que sumarle el uso masivo que hacen los turistas de las redes sociales para compartir sus experiencias, factor influyente para que los empresarios trabajen por la sostenibilidad de los destinos. Las empresas se ven obligadas de forma voluntaria a trabajar por la mejora de sus servicios y ofrecer la mejor imagen posible. La competencia cada vez es mayor, y diferenciarse es necesario en este sector tan competitivo. A través de la Red se comparte lo bueno y lo malo, y las críticas negativas pueden hundir a una empresa, o hacer desaparecer de los itinerarios un destino turístico.

Frecuentemente, los empresarios colaboran en el mantenimiento de los espacios donde realizan sus actividades, tareas como la recogida de residuos, la señalización de rutas para evitar la erosión de los terrenos limítrofes y la reforestación son algunos de los ejemplos de prácticas habituales que realizan las pequeñas empresas turísticas. Tampoco se puede obviar el trabajo de conservación y protección. Las prácticas como la caza ilegal, el acceso a zonas donde no está per-

mitido el paso, la contaminación de los cauces de los ríos por el vertido de residuos, entre otros, son menos frecuentes donde hay instaladas empresas turísticas. La explicación se encuentra en que son las propias empresas quienes denuncian las malas prácticas y colaboran en las labores de vigilancia, protección y conservación.

### DIFICULTADES PARA EMPRENDER EN ÁREAS CON UN ALTO VALOR PATRIMONIAL

Aunque se podría hacer extensible al área cultural, este documento se centrará en las dificultades que existen para emprender en los territorios con un alto valor ecológico.

Desde que se creó el primer espacio protegido en Extremadura, el Parque Nacional de Monfragüe en 1979, el incremento y porcentaje de áreas protegidas no ha parado de crecer. Esto se debe a la constante proliferación y aprobación de normas a escala regional, nacional o europea. En la Ley 8/1998, de 26 de junio, de Conservación de la Naturaleza y de Espacios Naturales de Extremadura, aparecen hasta 10 figuras diferentes: parque natural, reserva natural, zona de interés regional, monumento natural, parque periurbano de conservación y ocio, paisaje protegido, corredor ecológico y de biodiversidad, lugar de interés científico, árbol singular y corredor ecocultural.

Más del 30% del territorio extremeño está protegido. En la normativa vigente están recogidos

los diferentes instrumentos que marcan los usos, incluyendo las incompatibilidades, que se pueden hacer en los diferentes espacios.

Los habitantes que residen en zonas rurales protegidas tienen una opinión generalizada de que se protege más al “medio ambiente que a las personas”. Recientemente, el diario Hoy de Extremadura publicó un artículo de opinión del periodista J.R. Alonso del Torre titulado “*Ave bajo puente del AVE*” donde cuestiona “*posturas dogmáticas demasiado estrictas*”. En este artículo, se hace referencia un empresario regional dedicado a los cruceros turísticos. Una de las rutas que pondrá en funcionamiento en un futuro cruzará por debajo del nuevo puente que se está construyendo para la llegada del AVE a la región, hasta este punto de la historia no habría nada que destacar sino fuera porque un ave protegida ha elegido el puente del AVE para anidar. El artículo de J.R. Alonso plantea una serie de cuestiones que son extensibles a la mayoría del territorio extremeño y están generalizadas entre la población local. *¿Qué deben hacer los técnicos de la Junta de Extremadura, prohibir el paso del AVE, prohibir el cruce fluvial para no molestar al ave, o permitir el paso del barco o del tren?*

Numerosos casos como el mencionado anteriormente se dan en estas áreas protegidas. Se podrían enumerar diferentes en este artículo, pero es más destacable el denominador común: la mayoría de las decisiones fallan en contra del desarrollo de actividades turísticas, y hasta en alguna ocasión, en contra de la construcción de nuevas infraestructuras, tan necesarias en nuestra región.

**Tabla 2. Superficie de las áreas protegidas en Extremadura**

	Hectáreas	% de Extremadura
Extremadura	4 168 021,60	100%
Zonas de Especial Protección de Aves (ZEPA)	1 089 232,90	26,1%
Lugares de Importancia Comunitaria (LIC)	828 949,17	19,9%
Espacios Naturales Protegidos (ENP)	314 110,89	7,5%
Red Natura 2000 (ZEPA + LIC) Superficies de la Red Natura 2000 por municipios	1 257 787,05	30,2%
Áreas Protegidas (ZEPA + LIC + ENP)	1 276 288,09	30,6%

Fuente: portal web de la Dirección General de Medio Ambiente de la Junta de Extremadura. <https://goo.gl/w7yVzP>.



Buitres sobrevolando el Salto del Gitano, Parque Nacional de Monfragüe. Cáceres. Foto: AEI Cluster del Turismo de Extremadura.

Otra cuestión, en la que no se va a profundizar, pero que es necesario tener en cuenta, es la gran diferencia en materia de legislación que existe entre países. Un caso claro lo encontramos en la frontera entre España y Portugal. Mientras que en Extremadura existe una estricta regulación medioambiental que limita el desarrollo de actividades turísticas, al otro lado de la Frontera, en Portugal, proliferan numerosas empresas que explotan el mismo recurso turístico. El Parque Tajo Internacional o el Gran lago de Alqueva son algunos ejemplos.

En estas situaciones es donde se debe reflexionar sobre el desarrollo sostenible. Porque la cuestión que debemos plantearnos es la siguiente: ¿Cómo se puede proteger el medio ambiente si no se fomenta una simbiosis entre el medio natural y las actividades que realiza el hombre?

¿Cómo proteger estos espacios naturales (que son un atractivo turístico potencial de primer

orden) si no se tienen en cuenta los intereses de la población local? Los ciudadanos de estos territorios encuentran numerosos inconvenientes para poder explotar sus recursos, que son básicamente la agricultura, la ganadería y la incipiente industria turística.

Es necesario realizar un cambio en la legislación para crear nuevas normas y redefinir las existentes para que éstas se ajusten a la realidad de los territorios. Cada vez son más las empresas que demandan estudios ambientales donde se valoren los impactos de sus actividades turísticas. Solicitan que se realicen estudios en las áreas protegidas, con testeos y pilotajes a pequeña escala donde se puedan obtener resultados prácticos de los impactos que generan. Y todo con un único fin, el de evitar que se prohíba la realización de actividades turísticas que no perjudican al medio ambiente. Y que tan necesarias son en una región como la nuestra, con una de las tasas de paro más elevadas de España.



Al hilo de las limitaciones al emprendimiento en áreas con un alto valor ecológico, surge la última cuestión que plantea este artículo, sobre la necesidad de fijar población a través del emprendimiento turístico. Son numerosas las empresas turísticas que tienen que abandonar su emprendimiento en entornos protegidos porque la legislación vigente limita su desarrollo.

Extremadura es una de las regiones con más desempleo de Europa.

¿Dónde está el equilibrio?

Esta es la pregunta que debemos hacernos todos, tanto los gestores de destinos turísticos como las administraciones públicas que se encargan de la legislación y protección del medio, junto con los empresarios.

A corto plazo es posible que no lleguen las respuestas a las cuestiones planteadas, pero debemos exigir que se inicie cuanto antes un debate abierto en pro de la sostenibilidad.

## CONCLUSIONES FINALES

- Cuanto más alto es el valor ecológico y cultural de un territorio, más interés genera. Los recursos turísticos con un alto valor patrimonial atraen el interés de los visitantes y esto despierta el interés del sector empresarial para invertir en el sector turístico. Una tendencia que sigue en alza, es que cada vez son más los turistas que optan por destinos poco masificados, desconocidos, donde la industria turística es incipiente, escasa o más bien nula.

Monasterio de Guadalupe. Patrimonio de la Humanidad. Foto: AEI Cluster del Turismo de Extremadura.



Visitante llegando a Trujillo. Foto: AEI Cluster del Turismo de Extremadura.

- El desarrollo del turismo sostenible es una gran oportunidad para recuperar y mejorar las áreas rurales con un alto valor ecológico y patrimonial. Integrando a todos los operadores de la cadena de valor del sector turístico y diseñando planes de desarrollo conjuntos, que fomenten el respeto y la conservación del patrimonio, el turismo puede convertirse en una importante fuente de ingresos y generador de riqueza.
- Es importante resaltar el papel de los empresarios turísticos locales, que prestan servicios a grupos reducidos de turistas y que generalmente se preocupan por mantener y cuidar el territorio donde realizan sus actividades. Los visitantes que demandan estas empresas exigen que sean respetuosos con el medio ambiente y promuevan políticas sostenibles.
- Gran parte de los fondos e inversiones destinados a la conservación y mantenimiento del patrimonio cultural y natural procede de las Administraciones Públicas. Hay que plantearse nuevos modelos de gestión público – privados. Es necesario que los recursos turísticos con un elevado valor ecológico y cultural generen sus propios recursos para que éstos puedan invertirse en su conservación, mantenimiento y promoción. Y que generen empleos y nuevas oportunidades.
- Es fundamental fomentar la implantación de empresas turísticas para garantizar el desarrollo sostenible de los territorios con un alto valor patrimonial. Las empresas son las responsables de generar empleo, fijan población y evitan la despoblación.
- Un opinión generalizada entre el sector empresarial turístico es que muchas de las medidas que se toman en beneficio de la conservación y protección de los espacios naturales se realizan anteponiendo los intereses ambientales a los sociales y económicos.
- Es necesario incrementar el número de estudios de impacto ambiental sobre los recursos turísticos, antes de comenzar una actividad empresarial. Estos estudios deben incluir testeos a pequeña escala. Los informes finales han de ser accesibles a todos los agentes implicados en el desarrollo, incluidos los empresarios. Y deben incluir opciones alternativas, en la medida de lo posible, si la valoración final para implantar una actividad turística es negativa.
- La legislación vigente debe de adaptarse y redefinirse a las necesidades reales de los territorios y de los empresarios. Los trámites burocráticos han de agilizarse y flexibilizarse. Otra opinión muy extendida entre los emprendedores en el sector turístico es que si un empresario está interesado en iniciar una actividad turística en un espacio con un alto valor patrimonial ecológico o cultural, las barreras de protección impuestas son muchas veces inaccesibles, no se ofrecen alternativas y en muchas ocasiones se opta por desistir en el emprendimiento. ❀

## REFERENCIAS

El *Diario Hoy de Extremadura* “Ave bajo puente del AVE”. Publicado el 8.02.17. Autor: J.R. Alonso de la Torre.

Enlace al video promocional de Naciones Unidas sobre 2017 Año Internacional del Turismo Sostenible para el desarrollo: <https://youtu.be/fqkbbEVXzWE>.

# SOY LOURDES

Y HAGO CRECER EL MUNDO



**"Ahora puedo ofrecer una dieta nutritiva a mi familia.** Con mi huerto orgánico cultivo acelgas, apios, cebollas, espinacas, puerros... He aprendido cómo cuidar animales de forma adecuada, utilizar semillas apropiadas al terreno y al clima, y técnicas agrícolas respetuosas con el medio ambiente. Estamos orgullosos de haber podido mejorar. Hoy mi meta es seguir haciéndolo".

**LOURDES PUMA.** 25 años  
Campesina de la comunidad de Acopía. Perú.

TÚ TAMBIÉN PUEDES HACER CRECER EL MUNDO ATACANDO  
LOS PROBLEMAS DESDE LA RAÍZ:

[WWW.INTERMONOXFAM.ORG/HAZCRECERELMUNDO](http://WWW.INTERMONOXFAM.ORG/HAZCRECERELMUNDO)

COLABORA:

**902 330 331**

**CRÉCE**  
ALIMENTOS. VIDA. PLANETA.



**Intermón  
Oxfam**

FRUTA Y VERDURA  
de aquí y de ahora



GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA Y PESCA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE