



Jesús Pozuelo

Presidente de la Asociación de Ecoturismo en España

“El ecoturismo fija población, dinamiza la economía local y conserva nuestros recursos naturales y culturales”

Confiesa que su paraíso natural favorito —no podía ser de otra manera como buen manchego— es el Parque Nacional de Tablas de Daimiel. En este humedal único en Europa y último representante del ecosistema denominado tablas fluviales, comenzó por el año 2000 su trayectoria de emprendedor turístico, creando una empresa que más tarde ampliaría al Parque Natural de las Lagunas de Ruidera, dando forma a una agencia de viajes receptiva, con el objetivo de ofrecer servicios de terceros para completar y enriquecer los viajes a sus clientes. Desde 2013 también es socio en la empresa concesionaria de las visitas 4x4 al Parque Nacional de Cabañeros. Toda una vida ligada al turismo y a la naturaleza de la que solo

quisiera despegarse pasando sus vacaciones en el Delta del Okavango, en Botsuana, por su similitud con el humedal manchego. Y reconoce que lo que más le gusta del contacto con la naturaleza es poder identificar los cantos de las aves y descubrir la historia de los espacios naturales ligados a los usos humanos.

Desde 2016, es presidente de la [Asociación de Ecoturismo en España \(AEE\)](#), entidad sin ánimo de lucro creada en 2010 para fomentar el turismo sostenible en los espacios protegidos y compuesta principalmente por asociaciones de empresarios de turismo ubicadas en espacios naturales, entidades gestoras de espacios naturales, administraciones públicas implicadas en la gestión turística de éstos, entidades de innovación (universidades, fundaciones), empresas de innovación turística y tecnológica, y empresas turísticas comprometidas con la conservación y el desarrollo local.

La AEE gestiona el club de producto Ecoturismo en España, una iniciativa apoyada por la Secretaría de Estado de Turismo que ofrece experiencias de auténtico ecoturismo, garantizando al viajero su contribución al desarrollo local y a la conservación de la biodiversidad de los espacios protegidos que visita y de los servicios turísticos que disfruta.

—Turismo y cambio climático es un binomio de ida y vuelta. ¿Qué papel juega el turismo para frenar el calentamiento global y cómo afectan sus consecuencias?

—El turismo tiene una responsabilidad formativa para ser ejemplo y mostrar casos de éxito en sostenibilidad y reducción de impactos al medio ambiente. El cambio climático es una amenaza para el turismo ligado a la naturaleza. Un ejemplo claro lo vivo día tras día en el Parque Nacional de las Tablas de Daimiel, como la falta de lluvias ligada a una agricultura por encima de nuestras actuales posibilidades hídricas, que afecta gravemente al humedal y por tanto no solo a su biocenosis, también a los que trabajamos en él.

—El impacto de la pandemia ha cambiado el escenario y se ha producido una mayor demanda de naturaleza ¿el ecoturismo es una opción al alza?

—La pandemia ha hecho que el viajero gire la cabeza hacia el interior, hacia el mundo rural, con independencia de si su intención es descubrir espacios naturales. Ahí está nuestra oportunidad y responsabilidad, la de mostrar que otro tipo de turismo es posible, un turismo amable y beneficioso con los espacios naturales y las personas que los habitan. El eco-



Apasionado de la ornitología le encanta poder identificar las aves solo por su canto

turismo tiene un techo muy alto, lo que necesita es darse a conocer. Una adecuada promoción y educar en la realización de viajes responsables y sostenibles, son prioridades.

—También ha provocado saturación en ciertos espacios...

—La sobredemanda debe ser, más que controlada, canalizada. Evitar que la gente en esas horas punta realice recorridos libremente; hay que incentivar los servicios guiados, interpretados y organizados, para evitar los impactos. Y aprovecharlos para la generación de empleo local y que reviertan de manera positiva en los negocios y economía local.

—El Observatorio de Ecoturismo en España qué datos ha revelado que no esperaban

—Llevamos recopilando y analizando datos desde 2018, tanto de los viajeros como de las empresas y los destinos, por lo que el volumen es muy grande. Destacaría la gran importancia que los viajeros dieron en el cuestionario de intención de viaje realizado en mayo de 2021 a los atributos específicos del ecoturismo: que su viaje tenga el menor impacto ambiental posible, que contribuya a la conservación del espacio natural que visita así como al desarrollo local, que le permita aprender sobre los valores del espacio y conocer la forma de

vida de los espacios que visitan. También el número de veces al año que viajan a un espacio natural: el 46 % entre 2 y 4 veces y un 25 % más 5 veces al año.

—¿Qué marca la diferencia entre el ecoturismo y otros productos turísticos?

—Además de apoyar el desarrollo local, el ecoturismo tiene como principio fundamental contribuir a la conservación de la biodiversidad de los espacios naturales en los que se desarrolla y, para ello, requiere de actividades y experiencias para que el ecoturista conozca el espacio, lo contemple, interprete y disfrute, a la vez que se sumerge en la cultura y tradiciones locales. Éstos son los atributos que diferencian al ecoturismo de otros productos, dónde se hace (espacios naturales), qué se hace (conocer sus valores naturales y culturales, con un componente importante de interpretación) y cómo se hace (con empresas comprometidas, minimizando impactos negativos, contribuyendo a conservar la diversidad y apoyando el desarrollo local).

—Turismo rural, verde, de naturaleza y ecoturismo, ¿son lo mismo?

—Ésa es una parte del problema, las diferentes denominaciones, hay un catálogo tan amplio de denominaciones que la labor divulgativa del ecoturismo debe ser

muy clara. El ecoturismo puede ser turismo rural, verde y de naturaleza, pero la cuestión está en dejar claro el 'cómo', es un turismo sostenible y responsable, y la motivación, para descubrir los valores de los espacios naturales.

—El turista rural ¿es ecoturista?

—Hilando con la pregunta anterior, un porcentaje bajo de turistas se autoclasifican. Considero que estamos en el punto de 'crear ecoturistas', es decir, hacerles ver que realizan ecoturismo sin saberlo, que son ecoturistas por las características de los servicios que están contratando y cómo están viajando.

—¿Podemos hablar de un perfil de ecoturista?

—La mayor parte de los viajeros que consumen los servicios de empresas adheridas al Club Ecoturismo en España tienen estudios superiores y son trabajadores en activo, suelen viajar en pareja y realizan diversas actividades en un mismo viaje: senderismo, disfrutar de la gastronomía, rutas guiadas por el espacio natural, visitar pueblos, comprar productos locales, descansar en el alojamiento, etc.

—¿De dónde proceden más?

—Varía bastante en función del destino. Por ejemplo, el porcentaje de extranjeros es muy superior en las islas. Sin embargo, en el resto de España sigue siendo mayoritario el turista nacional procedente de grandes ciudades como Madrid, Barcelona, Sevilla...

—¿El ecoturismo es oportunidad para el desarrollo rural?

—Totalmente, se ha mostrado como la mejor herramienta para fijar población, dinamizar la economía local y conservar nuestros recursos naturales y culturales. Una de las premisas y compromisos de las empresas que ofrecen ecoturismo es la contratación local. Además, el peso del empleo femenino en el ecoturismo es alto, lo que se suele ser importante para fijar población.

—¿Qué gasto medio realizan los ecoturistas y en qué?

—Según los datos del Observatorio, cada viajero ecoturista gastó en 2021 una media 141,32 € por día, la mayor parte en alojamiento y comidas, pero también gasta una parte impor-

tante en productos locales, rutas guiadas, observación de naturaleza, actividades deportivas, museos, etc. La visita a los productores locales es un servicio cada vez más demandado.

—¿Cree que el turista estándar estaría dispuesto a pagar para compensar su impacto en los espacios naturales y promover la conservación?

—Por supuesto, no estamos hablando de que el ecoturismo encarezca el servicio o producto, ya que son compromisos empresariales y debemos estar en precios de mercado para trabajar. Por tanto, ante la posibilidad de viajar de una manera o de otra en tarifas similares, el valor añadido hará decantarse al turista por el ecoturismo.

—Imágenes como la de Picos de Europa lleno de coches... ¿Un turismo sostenible es posible sin una movilidad sostenible?

—Estamos en periodo de transición hacia una movilidad totalmente sostenible, por tanto, esa transición debemos trasladarla a nuestros negocios. El ecoturismo sin empresas rentables no es posible, y a día de hoy la electrificación de la movilidad es cara y limitada. Una alternativa es la compensación de emisiones de CO₂, no obstante, en el momento que la movilidad sostenible sea económicamente viable se dará el paso definitivo, seguro.

—En 2010 crearon el Club de Ecoturismo en España, toda una iniciativa pionera. ¿Qué ofrece?

—De cara al turista ofrecemos un catálogo de destinos, empresas y experiencias con un compromiso certificado por la sostenibilidad y la responsabilidad en los viajes. De cara a los destinos y empresas, una red, un 'saber hacer' y una caja de herramientas para ayudarles a dar visibilidad y comercializar sus productos y servicios.

—¿Cuáles son los sistemas de reconocimiento de sostenibilidad turística que dan acceso al Club?

—El Club tiene un sistema de requisitos propios que certificamos desde la Asociación, pero también pueden acceder de forma directa los destinos y empresas han implantado alguno de los 4 sistemas de certificación de la sostenibilidad en espacios protegidos que existen: la Carta Europea de Turismo Sostenible, la Marca Reservas de la Biosfera Españolas, el sistema de empresas colaboradoras de los Geoparques, y el Sistema de Reconocimiento de Sostenibilidad Turística en Red Natura 2000.



En el Parque Nacional de las Tablas de Daimiel comenzó su trayectoria como emprendedor turístico

—¿Cuántos destinos y empresas forman parte del Club?

—Actualmente hay 22 destinos adheridos al Club y casi 600 empresas, si bien actualmente están en proceso de incorporarse 13 nuevos destinos y más de 200 empresas.

—Para conectar con un cliente cada vez más concienciado sobre problemáticas medioambientales y trabajar en propuestas para un disfrute consciente de la naturaleza, ¿queda trabajo por hacer? ¿hay que insistir en términos de pedagogía, información y conocimiento sobre lo que es el ecoturismo?

—Queda mucho trabajo por hacer, el potencial es grande, pero los pasos principales ya están dados. Ahora está en nuestra mano mostrar que el ecoturismo certificado, agrupado en este Club, es capaz de atraer a turistas que prefieren viajar de manera no solo sostenible, sino también responsable. Esa labor hará que otras empresas que todavía no han dado el paso para sumarse al club lo hagan.

—¿Falta digitalización en el sector?

—Falta, pero ya lo estamos solucionando. Estamos trabajando en una potente herramienta de digitalización del

sector. En un corto periodo de tiempo y gracias a los fondos Next Generation dispondremos de ella, lo que dará un impulso exponencial al sector.

—¿Qué retos tiene por delante el ecoturismo en España?

—No es por ser complacientes, pero el principal reto de crear un producto consolidado ya está dado, ahora hay que arroparlo con una mejor coordinación y un gran esfuerzo de comunicación. No solo para atraer ecoturistas, también para sumar nuevos destinos y experiencias.

—¿Falta apoyo institucional?

—A las administraciones evidentemente se les puede solicitar ayuda económica para que el producto siga creciendo, pero al mismo nivel el compromiso de unificar criterios y hablar el mismo lenguaje cuando hablamos de ecoturismo. Ayudará a no confundir al turista y trabajar todos en la misma línea, la que ya marcó en su día la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR) cuando creó este Club de Producto. Es justo decir que ya hay comunidades autónomas que cuentan con nosotros para crear y potenciar el ecoturismo en su tierra, apoyando económicamente esta labor. Igualmente hay que señalar el apoyo que la SETUR nos ofrece, tanto económicamente como moralmente.

—Solicitan la equiparación del tipo impositivo, ¿a qué ayudaría?

—La equiparación del IVA del 21 % actual que sufren los servicios guiados y de actividades al 10 % del que dispone el resto del sector (alojamientos, restaurantes, transporte), al menos dejaría en manos del sector empresarial la opción de abaratar sus servicios, haciéndolos más competitivos, u obtener un beneficio viable, en muchos casos mínimo debido al aumento de todos los costes.

—¿Cree que el turismo estándar cambiará poco a poco su modelo hacia uno ambientalmente sostenible y culturalmente responsable?

—Ante esta pregunta soy cauto. Creo que convivirán ambos por mucho tiempo, si bien en la medida que seamos capaces de crear ecoturistas y mostrar que otro tipo de viaje es posible, será el mercado quién demande un modelo estándar sino al 100 % sostenible y responsable, al menos con un mayor compromiso en esa línea.



Pozuelo considera que es necesaria una mayor pedagogía sobre el ecoturismo

—¿Qué desearía para el futuro?

—El deseo lo tengo claro. Sueño con el día en que cuando alguien se plantee su viaje, lo primero que haga es sopesar minimizar su huella y descubrir el lugar a visitar, que entre en el buscador y escriba 'ecoturismo en...'

Para saber más: <https://soyecoturista.com>

♦ Charo Barroso
Fotos: AEE



Sesión de trabajo de la Asociación de Ecoturismo en España