

PROYECTO DE REAL DECRETO XXX/201X, DE X DE XXXXXXXX, POR EL QUE SE APRUEBA EL PLAN SECTORIAL DE TURISMO DE NATURALEZA Y BIODIVERSIDAD 2013-2020, EN APLICACIÓN DE LA LEY 42/2007, DE 13 DE DICIEMBRE, DEL PATRIMONIO NATURAL Y DE LA BIODIVERSIDAD.

Versión 25 de junio de 2013



REAL DECRETO XXX/201X, DE X DE XXXXXXXX, POR EL QUE SE APRUEBA EL PLAN SECTORIAL DE TURISMO DE NATURALEZA Y BIODIVERSIDAD 2013-2020, EN APLICACIÓN DE LA LEY 42/2007, DE 13 DE DICIEMBRE, DEL PATRIMONIO NATURAL Y DE LA BIODIVERSIDAD.

Versión 25 de junio de 2013

La conservación de la biodiversidad es un interés común de toda la humanidad y tiene una importancia crítica para satisfacer sus necesidades básicas. La biodiversidad está estrechamente ligada al desarrollo, la salud y el bienestar de las personas y constituye una de las bases del desarrollo social y económico. Se puede afirmar que la biodiversidad es fundamental para la existencia del ser humano en la Tierra y que constituye un componente clave de la sostenibilidad.

La Ley 42/2007, de 13 diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad recoge como principios inspiradores la promoción de la utilización ordenada de los recursos para garantizar el aprovechamiento sostenible del patrimonio natural y la integración de los requerimientos de la conservación, uso sostenible, mejora y restauración del patrimonio natural y la biodiversidad en las políticas sectoriales.

En este sentido, el Plan estratégico del patrimonio natural y de la biodiversidad 2011-2017, aprobado mediante el Real Decreto 1274/2011, de 16 de septiembre, profundiza y consolida el concepto de la integración sectorial como vía para avanzar en su conservación y uso sostenible.

La tercera meta de este Plan Estratégico busca “Fomentar la integración de la biodiversidad en las políticas sectoriales” y tiene vinculado un objetivo concreto (3.16) dedicado a “Promover la sostenibilidad del turismo de naturaleza”.

Para el logro de este objetivo se establecen una serie de acciones, entre las que destaca por su alcance la acción 3.16.11 que indica la necesidad de desarrollar un plan sectorial de turismo y biodiversidad.

Teniendo en cuenta todo lo anterior y siguiendo el marco fijado en el artículo 14 de la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, –relativo a la planificación sectorial - se ha elaborado el Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad que se aprueba mediante este Real Decreto.

El Plan Sectorial se centra en reforzar las sinergias positivas relacionadas con la conservación de la biodiversidad y el turismo de naturaleza, teniendo en cuenta la ventaja competitiva que supone que la biodiversidad de España sea la más relevante de la Unión Europea y que el sector turístico sea uno de los más importantes en cuanto a su impacto económico en las cuentas nacionales de España.

La biodiversidad es uno de los principales factores que motivan los viajes ya que la variedad de paisajes y ecosistemas bien conservados actúa como atractivo básico de los destinos turísticos. Esto es especialmente relevante en el caso del turismo de naturaleza, que se basa en el conocimiento, disfrute y contemplación de la diversidad biológica.

La dependencia de la biodiversidad que tiene el turismo de naturaleza exige que su desarrollo y promoción tenga especialmente en cuenta la sostenibilidad ambiental de sus actividades y se asegure la compatibilidad entre uso y disfrute del medio con su conservación adecuada.

Bajo estas circunstancias, la meta de este Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad es la de poner en valor la biodiversidad de España para impulsar el turismo de naturaleza como actividad económica generadora de empleo, asegurando siempre la correcta conservación de los valores naturales del territorio. Dicho en otras palabras, integrar los objetivos de conservación de la biodiversidad en las políticas relacionadas con el turismo y posibilitar la inversión en biodiversidad creando empleo y crecimiento económico.

Este Plan Sectorial se concibe como un marco de colaboración entre todos los implicados, tanto del sector público como del privado, en el turismo de naturaleza y la conservación de la biodiversidad.

[[PENDIENTE DE COMPLETAR CON LA TRAMITACIÓN] El Plan Sectorial se ha elaborado de modo conjunto entre el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo. En su elaboración también han participado las comunidades autónomas a través de la Comisión Estatal del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, de la Conferencia Sectorial de Medio Ambiente y de XXXXXXXX.

Se han realizado consultas a los agentes económicos y sociales y a otros interesados a través del Consejo Estatal del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad y de XXXX.]

El Plan Sectorial ha sido objeto de la evaluación prevista en la Ley 9/2006, de 28 de abril, sobre evaluación de los efectos de determinados planes y programas en el medio ambiente.]

El presente Real Decreto se dicta en aplicación de lo dispuesto en el artículo 14 de la Ley 42/2007, de 13 de diciembre.

Así, a propuesta del Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y el Ministro de Industria, Energía y Turismo, previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día x de xxxxxxxxxxxx de 201x,

DISPONGO:

Artículo único. *Aprobación y objeto del Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad.*

1. Se aprueba el Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2013-2020, recogido en el Anexo del presente real decreto, en aplicación del artículo 14 de la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad.

2. El Plan Sectorial tiene por objeto el impulso y promoción de un turismo de naturaleza en España, como actividad económica generadora de ingresos y empleo, que ponga en valor la biodiversidad, asegurando la correcta conservación de los valores naturales del territorio y contribuyendo a su utilización sostenible.

Disposición final primera. *Vigencia.*

El Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2013-2020 tiene una vigencia de siete años desde su entrada en vigor, prorrogándose su aplicación en tanto no sea aprobado otro plan sectorial que lo sustituya.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto producirá efectos desde el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Dado en Madrid, el x de xxxxxx de 201x.

La Vicepresidenta de Gobierno y Ministra de Presidencia

JUAN CARLOS R.

ANEXO PLAN SECTORIAL DE TURISMO DE NATURALEZA Y BIODIVERSIDAD 2013-2020

Índice:

I. Introducción.

II. El modelo de turismo de naturaleza que se busca.

Los pilares: biodiversidad y turismo de naturaleza.

Implantación del modelo de turismo de naturaleza.

III. El turismo de naturaleza en España.

La interacción entre turismo y biodiversidad

La necesidad de una planificación cooperativa a favor de la biodiversidad desde el turismo.

La importancia del turismo de naturaleza para el desarrollo sostenible y la conservación de la biodiversidad. Iniciativas para el fomento de un turismo de naturaleza sostenible.

La comunicación innovadora de nuestro relevante patrimonio natural en clave turística.

IV. Objetivos y acciones.

I. INTRODUCCIÓN

Existe un creciente reconocimiento de la importancia de la biodiversidad y de los ecosistemas como capital natural generador de servicios esenciales para el bienestar humano y el desarrollo socioeconómico. Su adecuada conservación y gestión es, por tanto, un elemento clave para avanzar en la senda de una economía verde que contribuya a la construcción de un proceso de desarrollo sostenible.

La consecución de los objetivos marcados en la política de conservación y uso sostenible de la biodiversidad exigen intensificar los esfuerzos para su adecuada integración y consideración en las políticas sectoriales, pues sólo así podrán comprenderse y reforzarse los vínculos positivos existentes entre la conservación del medio natural y el desarrollo económico y social.

Esta demanda resulta especialmente obligada en el sector turístico, uno de los más importantes en cuanto a su impacto económico en las cuentas nacionales, y en particular en el turismo de naturaleza, por su estrecha relación con el uso de la biodiversidad.

La biodiversidad es uno de los principales factores que motivan los viajes, ya que la variedad de paisajes y ecosistemas bien conservados actúa como atractivo básico de los destinos turísticos. Esto es especialmente relevante en el caso del turismo de naturaleza, que se basa en el conocimiento, disfrute y contemplación de la diversidad biológica.

Bajo estas circunstancias, el presente Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad (Plan Sectorial en adelante) busca poner en valor la riqueza natural de nuestro país para impulsar el turismo de naturaleza como medio de desarrollo socioeconómico en lugares con valores naturales destacables, integrando los objetivos de conservación y uso sostenible de la biodiversidad.

El Plan Sectorial se desarrolla bajo el marco general del Plan Estratégico del Patrimonio Natural y la Biodiversidad, instrumento fundamental de planificación para la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad en España.

Con él se pretende contribuir –a través del establecimiento de objetivos y acciones concretas- a la integración de los objetivos de conservación de la biodiversidad en la planificación, gestión y promoción del turismo de naturaleza.

El Plan Sectorial se centra en el turismo de naturaleza, considerado éste de un modo amplio y no restrictivo. Se entiende por turismo de naturaleza aquél que tiene como principales motivaciones la realización de actividades recreativas, de esparcimiento, interpretación, conocimiento o deportivas en el medio natural.

Dentro de este concepto general tienen cabida diferentes modalidades que cuentan con definiciones propias como pueden ser el ecoturismo, el turismo activo o el turismo de esparcimiento.

En consecuencia, “turismo de naturaleza” engloba un gran número de actividades realizadas en el medio natural como escenario principal y con la biodiversidad como protagonista en mayor o menor grado.

El Plan Sectorial apuesta por la creación e impulso de productos de turismo de naturaleza acreditados por su sostenibilidad en relación a la biodiversidad, que proporcionen al turista experiencias singulares, acordes con la relevancia y exclusividad de la biodiversidad española. De este modo, se pondrá en valor la biodiversidad sin amenazarla y se mejorará la posición de España como destino de turismo de naturaleza, captando más turistas y mejorando la rentabilidad del sector.

Además, el Plan Sectorial busca mejorar la forma en que se practican las actividades relacionadas con el medio natural, para evitar impactos no deseados sobre la biodiversidad y sensibilizar acerca de su valor.

Para alcanzar estos fines, el Plan Sectorial se estructura en cuatro capítulos que, en un primer bloque, explican las bases que lo sustentan y especifican las claves del modelo de turismo de naturaleza que pretende implantarse, identificando, de manera somera, los principales rasgos que caracterizan a este tipo de turismo en España.

En un segundo bloque, se definen los objetivos y acciones a ejecutar, teniendo en cuenta el modelo al que se aspira y la situación y características del turismo de naturaleza en España expuestos en los apartados anteriores.

Las acciones de este Plan Sectorial se desarrollarán de manera coordinada entre el Ministerio de Industria, Energía y Turismo y el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Este Plan Sectorial constituye un marco de colaboración entre todos los implicados, del sector público y privado, en el turismo de naturaleza y la biodiversidad, por lo que en la ejecución de sus acciones pueden tener cabida todos los actores relacionados, con la implicación, responsabilidad y compromiso que sea acordado en cada caso y sin perjuicio de las competencias de las administraciones implicadas.

En todo caso, debe contarse con la participación de las comunidades autónomas para asegurar la coordinación de actuaciones, fomentar la cooperación y favorecer sinergias con otras iniciativas relacionadas con los objetivos establecidos.

Para impulsar el desarrollo de las acciones de este Plan Sectorial, evaluar su grado de ejecución y su contribución al logro de los objetivos establecidos, se propondrá a la Comisión Estatal para el Patrimonio Natural y la Biodiversidad la creación de un grupo de trabajo *ad hoc* con esta tarea. En este grupo de trabajo participarán las comunidades autónomas y la Administración General del Estado y tendrán representación tanto administraciones con competencias en materia de biodiversidad como en materia de turismo.

II. EL MODELO DE TURISMO DE NATURALEZA QUE SE BUSCA

Los pilares: biodiversidad y turismo de naturaleza

España atesora una riqueza en biodiversidad excepcional, entendida como la variabilidad de organismos vivos de todas las clases, incluida la diversidad dentro de las especies, entre las especies y de los ecosistemas. Es uno de los estados miembros de la Unión Europea con mayor relevancia en cuanto a presencia de hábitats y especies. Entre otros, destaca el número de plantas vasculares, que supera las 8000 especies, suponiendo el 85% de las especies de plantas vasculares inventariadas en la Unión Europea. Respecto a las especies de fauna, en España se citan aproximadamente la mitad de las 142000 estimadas en Europa.

Estos extraordinarios valores ambientales tienen su reflejo en la importante red de espacios protegidos. En particular, España se encuentra entre los estados miembros de la Unión Europea que mayor superficie aporta a la Red Natura 2000, con más de 1400 Lugares de Importancia Comunitaria y casi 600 Zonas de Especial Protección para las Aves, que representan más del 27% de nuestro territorio, unos 13,7 millones de hectáreas. Además, España es uno de los estados en los que es posible encontrar mayores extensiones de territorio en estado natural o seminatural.

España alberga, por tanto, un enorme capital natural que debemos poner en valor como fuente de ingresos y generación de empleo asegurando la sostenibilidad a medio y largo plazo del modelo que se plantee.

Esta biodiversidad es utilizada de un modo directo, entre otros, por el turismo de naturaleza, ya que entre las motivaciones de los turistas siempre se encuentran elementos de ésta- especies, ecosistemas, paisajes, culturas tradicionales-

El buen estado de conservación de la biodiversidad de un territorio es un componente esencial para su elección como destino de actividades de turismo de naturaleza. La calidad de un entorno natural, su diversidad y el valor de los recursos naturales son tres de los aspectos más valorados en la elección de un destino de turismo de naturaleza¹.

Estudios recientes desarrollados a escala de la Unión Europea² señalan que las atracciones ambientales se han convertido en uno de los criterios principales para los visitantes a la hora de seleccionar su destino vacacional. En concreto, apuntan que el 21% de los visitantes otorgan importancia a la presencia de lugares de la Red Natura 2000 a la hora de elegir sus destinos turísticos.

Las mismas fuentes estiman entre 1200 y 2200 millones las visitas a lugares de la Red Natura 2000 en el año 2006, con gastos asociados efectuados entre 50000 y 90000 millones de euros. En el mismo año, las actividades de turismo y recreativas en la Red Natura 2000 suponían en torno a 5 millones de trabajos equivalentes a tiempo completo.

En Francia el 34 % de las pernoctaciones turísticas de los residentes se producen en espacios naturales, lo que supuso un total de 283 millones de pernoctaciones y 50 millones de estancias en 2006. Además se han contabilizado 51 millones de visitantes extranjeros a los espacios naturales protegidos franceses, y 500000 senderistas franceses se desplazan al extranjero para realizar esta actividad. En Reino Unido, los parques nacionales reciben 61 millones de visitas al año. Se estima que en 2001 se efectuaron 65,5 millones de viajes domésticos en los que se realizaron actividades de senderismo. El impacto económico de estos viajes domésticos supone más de 6000 millones de libras³. Alemania es uno de los principales países emisores de ecoturismo. Se calcula que hay 14,5 millones de alemanes interesados en la práctica de ecoturismo⁴.

En España, el estudio del Plan Nacional e Integral del Turismo estimó 35 millones de pernoctaciones anuales asociadas al turismo de naturaleza. Además, se calcula que más de 500000 turistas internacionales se desplazan a España para realizar turismo de montaña⁵.

Los segmentos de demanda de mayor relevancia para el ecoturismo - turismo rural, paisaje y naturaleza- aportan casi un 6% de los ingresos y de las estancias/pernoctaciones del conjunto del mercado turístico español, frente al 66% del turismo de sol y playa. También se estima que entre un 5 y un 6% del tráfico turístico español al extranjero tiene motivación ecoturística prioritaria o "pura". En términos absolutos, este mercado supone entre 60000 y 100000 de practicantes⁶.

¹ Secretaría General de Turismo, 2004. El turismo de naturaleza en España y su plan de impulso. Estudios de productos turísticos. Secretaría General de Turismo, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid.

² Bio Intelligence Service (2011), Estimating the economic value of the benefits provided by the tourism/recreation and Employment supported by Natura 2000, Final report prepared for European Commission – DG Environment.

³ Generalitat de Catalunya. Secretaria de Comerç i Turisme. Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, 2009. Estratègia de Desenvolupament de Turisme de Natura a Catalunya, vinculat als Espais Naturals Protegits.

⁴ OMT, 2002: El mercado europeo del ecoturismo. Informe especial, número 14.

⁵ Turespaña, 2007: Estudio de Turismo de Montaña.

⁶ OMT, 2002: El mercado europeo del ecoturismo. Informe especial, número 14.

Como indicador del potencial del mercado de motivación ecoturística, destaca el fuerte incremento sostenido de las visitas a parques nacionales por los residentes españoles⁷ (+176% en la década 1990-2000 y +26% entre 1997-2000).

Sin duda, el turismo de naturaleza representa una actividad económica que genera beneficios en economías locales y que ofrece una oportunidad de desarrollo económico y social basado en los recursos naturales propios del territorio.

Además, el turismo de naturaleza ha crecido en los últimos años en tasas superiores a las del turismo convencional, suponiendo una relevante fuente de ingresos y de generación de puestos de trabajo en entornos rurales con valores naturales, incluidos los espacios de la Red Natura 2000, siendo previsible que esta tendencia se mantenga a la alza.

Nos encontramos, pues, ante un ámbito donde dos políticas- la de conservación del medio natural y la de planificación y promoción del turismo- confluyen y precisan beneficiarse mutuamente.

Así, España se encuentra en una posición privilegiada para el turismo de naturaleza, tanto en el mercado nacional como en el europeo, que puede ofrecer productos y destinos exclusivos, diferenciados y de calidad teniendo en cuenta nuestros ecosistemas, paisajes y modos de vida tradicionales que representan un gran atractivo para muchos turistas.

La viabilidad del sector del turismo de naturaleza está condicionada, no obstante, a la conservación, el mantenimiento y la mejora de la biodiversidad de los lugares donde se realiza. Para asegurar su sostenibilidad, es fundamental planificar y ordenar la ubicación de las actividades de turismo de naturaleza, su intensidad y temporalidad, de manera que no provoquen daños irreversibles en el medio natural y se practiquen de un modo compatible con la conservación de los valores naturales y con la gestión que se realice en cada territorio.

En este sentido, la participación de la sociedad y la estrecha colaboración y consolidación de los vínculos entre el sector público (administraciones turísticas y ambientales) y privado son absolutamente necesarias.

Bajo estas circunstancias, más allá del cumplimiento de la normativa vigente, el sector turístico puede desarrollar iniciativas voluntarias para hacer más sostenible su actividad y para implicar a sus clientes con la conservación de la biodiversidad.

Un turista informado, sensibilizado y concienciado sobre los valores de la biodiversidad, los problemas que afronta y las necesidades de su conservación puede convertirse en un aliado de la misma, ya que conocerá tanto los posibles efectos de sus actividades en el medio como las vías para reducirlos y evitar que afecten negativamente al entorno.

Lo expuesto anteriormente constituye la base del modelo de turismo de naturaleza que plantea este Plan Sectorial: un modelo que respete el medio, contribuya a la puesta en valor de nuestra riqueza natural en general, y de la Red Natura 2000 en particular, y promueva un desarrollo socioeconómico equilibrado en entornos con altos valores ambientales.

Con este planteamiento se aspira a mejorar la posición de España como destino de turismo de naturaleza dinamizando un sector de carácter estratégico para la economía española, asegurando, en todo caso, la adecuada conservación de la biodiversidad.

⁷ Organismo Autónomo Parques Nacionales. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. <http://reddeparquesnacionales.mma.es>

Para ello, la extraordinaria biodiversidad de España debe incorporarse plenamente a la política de promoción turística de nuestro país, asociándose a la marca España a través de un producto de turismo de naturaleza sostenible y atractivo.

Implantación del modelo de turismo de naturaleza

La implantación de un modelo que garantice la puesta en valor de nuestra biodiversidad para el turismo de naturaleza, como fuente de ingresos y generación de empleo, al tiempo que se asegure su adecuada conservación y gestión, exige un enfoque planificado, coherente y realista.

Para este fin, se plantea como prioritario centrar el foco de atracción para el turismo de naturaleza en espacios protegidos, con especial énfasis en la Red Natura 2000, estableciendo un sistema ligado a la gestión de estos espacios que diferencie a las empresas que desarrollan actividades sostenibles de turismo de naturaleza en estos lugares, y que tenga asociado una marca, aval o garantía para los usuarios o consumidores de este producto turístico.

Se apuesta, así, por impulsar el turismo de naturaleza sostenible con una estrategia homogénea para todo el territorio nacional, lo que facilitará su promoción internacional y dotará a España de una ventaja competitiva frente a otros países del entorno aprovechando sus reconocidos valores naturales así como su extensa red de espacios protegidos.

Con esta actuación, se logrará la promoción por la administración turística de una experiencia en espacios protegidos, y sobre todo en la Red Natura 2000, donde se prima la conservación de sus valores naturales y se practica una gestión que orienta adecuadamente las actividades de turismo de naturaleza.

Asimismo, la intervención requiere seguir avanzando en la sostenibilidad del turismo de naturaleza. Para ello, se planea mejorar la forma en que se practican las diferentes actividades de este tipo de turismo, considerando adecuadamente los requerimientos de conservación de los recursos naturales.

El esfuerzo que realice el sector privado en el ejercicio de su actividad por integrar la conservación del medio natural debe ir acompañado de un reconocimiento y de una promoción por parte de las administraciones públicas, con el fin de impulsar con éxito la comercialización de la oferta turística comprometida con la sostenibilidad.

En este sentido, resulta crucial la formación del empresariado turístico, para que valore el patrimonio natural y aproveche su potencial, comunicándolo de forma atractiva y lúdica a través de los diversos servicios turísticos.

El impulso de este modelo y sus garantías de éxito, deben ir acompañadas de la consolidación de los mecanismos de gobernanza en este ámbito, reforzando el marco de colaboración y coordinación entre las distintas administraciones públicas y entre el sector público y el sector empresarial turístico.

III. EL TURISMO DE NATURALEZA EN ESPAÑA

La interacción entre turismo y biodiversidad

La naturaleza ha sido uno de los recursos más importantes del sector turístico desde el comienzo de esta actividad en nuestro país.

El turismo de naturaleza se basa en el descubrimiento, conocimiento, disfrute activo, aprendizaje, contemplación y descanso en el medio natural. Para responder a estas

motivaciones principales de la demanda turística, el sector privado ha desarrollado varias modalidades de turismo en la naturaleza.

Todas estas modalidades interaccionan con la biodiversidad al ser ésta el sustrato que las soporta. En todas ellas, durante su práctica, se producen ciertos impactos en el medio natural, dependiendo de variables como la ubicación espacial, las infraestructuras que demande la actividad, la temporalidad de las actividades, la intensidad de uso o volumen de usuarios y de las formas en las que se practiquen las actividades, etc.

Cuando el turismo de naturaleza se practica en las áreas del territorio nacional mejor conservadas, incluyendo las aguas jurisdiccionales, es preciso considerar con detalle estos impactos para evitar daños irreversibles sobre la biodiversidad.

Por ello, en algunos casos, las administraciones ambientales han desarrollado modelos de uso público ajustados a la capacidad de acogida y vocación de cada espacio para las actividades turísticas. Normalmente estos modelos se enmarcan en los instrumentos de planificación y gestión.

Tanto en los espacios protegidos como fuera de ellos es importante que las diferentes modalidades de turismo de naturaleza se desarrollen con los mínimos impactos sobre la biodiversidad, cuidando especialmente la forma en la que se practican las actividades, de ahí la conveniencia de formar al sector sobre buenas prácticas. Asimismo es importante que la regulación de las actividades de turismo de naturaleza considere la integración de la biodiversidad como elemento a proteger y poner en valor.

La necesidad de una planificación cooperativa a favor de la biodiversidad desde el turismo

El turismo de naturaleza es un sector complejo cuyo desarrollo adecuado precisa de la cooperación entre las administraciones que gestionan el recurso y las administraciones que promocionan e impulsan los servicios turísticos que lo configuran, así como de la colaboración con el sector privado.

En España existe un variado contexto relacionado con el turismo de naturaleza. Por ejemplo, para el turismo activo, las administraciones turísticas han establecido normativas específicas para estas empresas y sus actividades (tipologías, seguros, titulaciones...). Incluso, el propio sector privado está agrupado en una federación de asociaciones, la Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo (ANETA).

Las administraciones ambientales también han regulado su práctica sobre la naturaleza a través de sistemas de autorizaciones (navegación en río, régimen de circulación con coches todoterreno, limitaciones temporales para la escalada, etc.).

Algunas comunidades autónomas han establecido instrumentos de planificación estratégica orientados fundamentalmente a la promoción del turismo diferenciando el producto de turismo de naturaleza de otras modalidades. Otras comunidades han optado bien por el modelo de planes para destinos, como los planes de dinamización turística, bien por el impulso de productos concretos como el turismo activo o el turismo ornitológico, creando sistemas de requisitos tipo club de producto.

Esta diversidad de situaciones pone de manifiesto la necesidad de mejorar la colaboración entre las administraciones turísticas y ambientales así como con el sector privado para integrar adecuadamente la biodiversidad en la oferta de turismo activo con requisitos que sirvan para protegerla, conservarla y, al mismo tiempo enriquecer la experiencia turística.

La importancia del turismo de naturaleza para el desarrollo sostenible y la conservación de la biodiversidad. Iniciativas para el fomento de un turismo de naturaleza sostenible

En los espacios protegidos, el turismo de naturaleza cobra especial relevancia ya que constituyen un marco ideal para su desarrollo.

En estos espacios existe, en ocasiones, un marco normativo adecuado para intervenir en cuestiones de uso público y turismo. Los gestores han diseñado una gran variedad de servicios como las visitas guiadas, las actividades de educación ambiental, los recorridos auto-guiados, que son la esencia de las experiencias turísticas que ofrecen los empresarios privados que ubican sus establecimientos al socaire de los espacios protegidos aprovechando la diversidad de paisajes.

La gestión turística en los espacios protegidos debería hacerse de forma participativa. Los órganos de gestión y de participación de los espacios no suelen incluir al sector turístico privado en su composición, por lo que es preciso contar con instrumentos *ad hoc* para planificar y gestionar la actividad turística en estos territorios.

Para cubrir esta carencia, se dispone de instrumentos como la Carta Europea de Turismo Sostenible en espacios protegidos (CETS), que sirven de vínculo entre las administraciones ambientales y el sector turístico. Esta herramienta es de carácter voluntario y exige a los espacios protegidos que elaboren y ejecuten planes de acción concretos que mejoren la sostenibilidad del modelo turístico que se desarrolla en los espacios protegidos que la aplican.

España es el país líder en espacios protegidos acreditados con este distintivo europeo. Un espacio diferenciado con la CETS es un destino de turismo sostenible porque dispone de un plan de acción a favor del turismo sostenible participado y pactado con los actores implicados, particularmente con el sector turístico. Este instrumento es responsabilidad del gestor ambiental y le facilita la concertación con el sector privado para que en el espacio protegido se ofrezcan auténticas experiencias de turismo de naturaleza.

El mismo enfoque se ha aplicado a los sistemas que diferencian a las reservas de la biosfera españolas o a los geoparques. De un modo similar al caso anterior, se acredita primero la Reserva de la Biosfera y posteriormente las empresas que voluntariamente quieren adherirse, siempre cumpliendo con una serie de requisitos que se traducen en beneficios para el empresario al ahorrar costes y ser más eficiente en el consumo de recursos, tener mejor información del espacio protegido para facilitarla a sus clientes, y sobre todo, mejorar su imagen como empresa vinculada a los objetivos del espacio protegido.

Estos sistemas de requisitos son los que puedan usarse para impulsar la creación de un producto de turismo de naturaleza ("Ecoturismo en España") basado en una selección de los mejores espacios protegidos y de las empresas mejor preparadas. El Plan Nacional e Integral de Turismo establece que los destinos seleccionados serán los espacios acreditados con la CETS, las reservas de la biosfera, los geoparques, los espacios protegidos de la Red Natura 2000 y espacios marinos protegidos.

El club "Ecoturismo en España" usa los sistemas de requisitos para ensamblar servicios turísticos de empresas que se unen para configurar una auténtica experiencia de ecoturismo en una selección de territorios diferenciados por su alto grado de gestión activa a favor de un modelo de turismo sostenible. El club propicia compartir una estrategia común de planificación, promoción y comercialización del producto, y una

imagen para hacer visible las experiencias de ecoturismo en España, con una estrategia de diferenciación propia.

El método club sirve para organizar al tejido empresarial con una interlocución a nivel nacional del producto ecoturismo, para representar a los empresarios que se adhieren al club, prestarles asistencia técnica, velar por el cumplimiento de los requisitos y aprobar adhesiones de empresas, actualizar la oferta que compone el club y mantenerla al día, promocionarlo con fondos propios y con la ayuda de las administraciones públicas, y ayudar a comercializar la experiencia. El club de producto se basa en una cooperación público-privada que establece normas de carácter voluntario que diferencian territorios y empresas turísticas adheridas con el fin de promocionarlas de forma diferenciada. En contrapartida los empresarios deben cumplir una serie de buenas prácticas para hacer más sostenible su actividad turística, a la vez que más atractiva para el consumidor y, por tanto, económicamente más viable.

Las administraciones turísticas han usado estos sistemas y sus requisitos como fórmula para convertir el recurso “espacios protegidos” en un producto turístico que pueda ser promocionado y vendido con garantías para el turista. Se ha conseguido ensamblar servicios turísticos de proveedores o empresarios para configurar una auténtica experiencia de ecoturismo que comunica de forma atractiva el patrimonio natural.

La aplicación de estos sistemas ha logrado diferenciar hasta la fecha 30 espacios protegidos que ejecutan planes de acción que orientan la sostenibilidad del turismo en su interior y en el entorno cercano. Estos sistemas incorporan a las empresas turísticas que voluntariamente diferencien su oferta turística por su contribución al desarrollo sostenible, ofreciéndoles la oportunidad de formarse y de vincularse con el gestor del espacio, convirtiéndose en su aliado y en una empresa especializada para comunicar al turista las oportunidades de un disfrute en línea con los objetivos de conservación. Esta iniciativa ha sido secundada por el sector privado con cierto éxito. El turista puede disfrutar de experiencias de ecoturismo específicas del espacio protegido donde están ubicadas.

Entidades Locales y Grupos de Acción Local también han aplicado presupuestos para crear productos de turismo de naturaleza. La inmensa mayoría de los más de 350 Grupos de Acción Local existentes en España han prestado especial interés al turismo en la concesión de subvenciones en las sucesivas iniciativas comunitarias de la Unión Europea para el desarrollo rural. Visto el desajuste entre el crecimiento de la oferta de alojamientos rurales y la demanda, han reorientado los criterios de concesión de subvenciones hacia la creación de oferta de actividades, centradas en el patrimonio cultural o natural de sus territorios, y así se han desarrollado numerosos proyectos de turismo de naturaleza (inventario de recursos, diseño y señalización de rutas, adecuación de equipamientos, formación, edición de folletos, promoción en ferias, etc.) en toda la geografía española.

A pesar de su importante implantación y sus valores, actualmente la Red Natura 2000 en España no constituye en sí misma un producto turístico de interés, por lo que se considera necesario avanzar en el desarrollo de sistemas con características similares a los de la CETS o de las reservas de la biosfera, que ofrezcan ventajas añadidas a las empresas turísticas ubicadas en ella, al mismo tiempo que sirven para capacitar a las empresas a obtener una rentabilidad sostenible por ofrecer sus actividades en estos territorios.

La comunicación innovadora de nuestro relevante patrimonio natural en clave turística

El producto ecoturismo está configurado por un conjunto de proveedores que, en el mejor de los casos, se han unido para configurar paquetes que se ofrecen al mercado aportando el valor añadido que otorga el club ecoturismo. Aunque los empresarios adheridos demuestran que sus negocios son más sostenibles y están vinculados con el gestor del espacio, los turistas no lo perciben, ni tampoco que estos empresarios cooperen directamente en la conservación del espacio protegido o de sus atributos emblemáticos (fauna, flora, gea). La razón es que pocas veces se muestran estos valores a través de experiencias emocionales que estén ligadas con el patrimonio natural emblemático de cada espacio protegido y con las actuaciones para su conservación y recuperación. Es decir, los turistas no suelen disfrutar emocionalmente ni participan del patrimonio natural que visitan, pues a veces el consumo del producto de ecoturismo se reduce a consumos parciales de una serie de servicios turísticos prestados por estos empresarios certificados, pero sin aportarle una experiencia memorable ligada a estos servicios turísticos básicos, tan sólo la que el propio turista pueda disfrutar por su cuenta o pueda inferir de su propia experiencia en la visita al espacio protegido.

Estas circunstancias han ido cambiando mucho en España en los últimos años, sobre todo en el actual escenario donde las fundaciones privadas están participando cada vez más en acciones de conservación. Este hecho coincide con el interés creciente de una demanda en consumir experiencias auténticas y en contribuir a la conservación de los valores emblemáticos de estos espacios protegidos.

En este escenario cobra mucha importancia diseñar un proceso integral de creación de experiencias de ecoturismo vinculadas de forma práctica a acciones de conservación y restauración de la biodiversidad, de tal forma que la experiencia turística sea proporcionada en su esencia a través del conocimiento y el disfrute de la acción de conservación en primera persona, prestando las propias fundaciones especializadas en conservación los servicios guiados y lúdicos necesarios para conocer y disfrutar las actuaciones de conservación, haciendo que el turista se sienta partícipe y desee contribuir al mantenimiento de estas actuaciones.

España destaca por haber invertido muchos esfuerzos en conservar y recuperar sus especies más emblemáticas. En algunos casos, fundaciones que trabajan en conservación de la biodiversidad ofrecen, además, experiencias relacionadas con el ecoturismo integrando aspectos socioeconómicos con la preservación del medio natural. Es el caso de la Fundación Oso Pardo que gestiona cuatro centros de interpretación y ofrece rutas guiadas en la cordillera Cantábrica y Pirineos. Asimismo, en el marco de un proyecto piloto financiado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, ha creado la marca Territorio Oso para poner en valor el territorio del oso pardo. En la misma línea, la Fundación para la Conservación del Quebrantahuesos, la Fundación Aquila y la Fundación Global Nature son socios del proyecto “contribución del ecoturismo a la conservación” que promueve fórmulas que incorporan las acciones de conservación de la biodiversidad para enriquecer la experiencia del ecoturismo en España. Igualmente, SEO/Birdlife promueve el proyecto Iberaves, consistente en la formación para ayudar a los empresarios de turismo a adaptar sus negocios a la demanda de turistas de naturaleza, formación de guías y desarrollo de la aplicación informática para móviles Iberia Birds.

Por otra parte, algunas comunidades autónomas vienen realizando esfuerzos para potenciar específicamente modalidades de turismo de naturaleza, mayoritariamente centradas en la observación de aves. Es el caso de Birding Extremadura y Birding

Navarra, que siguen el método club de producto, Birding Euskadi o la Guía de turismo ornitológico editada por Turisme de Catalunya.

La promoción del turismo de naturaleza, actualmente, no explota todo el potencial que tiene la importante biodiversidad que atesora el país ni pone en valor las importantes iniciativas desarrolladas para conservarla. Por ello, debe basarse en comunicar la relevancia del patrimonio natural de España y en presentar las iniciativas del sector privado para ponerlo en valor a través de instrumentos de tipo voluntario que diferencian a territorios y a empresarios que apuestan por negocios más sostenibles y atractivos para la demanda.

Para ello son necesarias herramientas *online* y *offline* que puedan llegar a segmentos de la demanda ya interesados y también puedan alcanzar al público generalista aún poco consciente de que con sus viajes al medio natural puede contribuir a su conservación. Líneas como las agencias de gestión de experiencias apuntan a mejorar la comunicación e interacción con el turista facilitándole la elección, preparación y disfrute de su viaje, y tras éste que siga conectado para fidelizarlo.

En este sentido, los portales de promoción son una buena herramienta para aglutinar la oferta de turismo sostenible y divulgarla, siempre con una adecuada estrategia de marketing previamente establecida. Actualmente, la iniciativa privada, con el apoyo de las administraciones públicas, aborda la creación y mantenimiento de estos portales y la realización de acciones concretas de marketing directo.

Se considera preciso contar con una estrategia de promoción común con una imagen de marca que ensalce los beneficios de disfrutar de la naturaleza y que vincule al turista afectivamente con la experiencia turística que disfruta. Para ello, es preciso diseñar herramientas que permitan poner en valor a la biodiversidad y usarla como factor enriquecedor de la oferta de turismo de naturaleza en España.

IV. OBJETIVOS Y ACCIONES

Considerando lo expuesto anteriormente acerca del modelo que se persigue y las características y situación actual del turismo de naturaleza en España, este capítulo define cuatro objetivos concretos y una serie de acciones asociadas que contribuirán a su logro.

La meta principal es desarrollar un turismo de naturaleza sostenible generador de ingresos y empleo, que integre la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad en todos los eslabones de la cadena turística, de forma que se reduzcan los impactos negativos y se aumenten los efectos positivos, creando un producto a la altura de la relevancia del patrimonio natural de España, que además contribuya a su conservación.

Entre las prioridades estratégicas identificadas para las inversiones en la Red Natura 2000, se citan, entre otras vinculadas al turismo y al empleo verde: la puesta en marcha de mecanismos de gestión concertada, la participación de las comunidades locales en la gestión y la promoción del turismo de naturaleza y de otras oportunidades de empleo.

Por ello, se plantea el Objetivo 1, que busca la configuración de un producto turístico caracterizado por:

- Desarrollarse en lugares de la Red Natura 2000 y otros espacios protegidos que se consideren aptos para este tipo de turismo en donde se realice una gestión activa del turismo.
- La existencia de un compromiso del gestor del espacio para fomentar, con el tejido empresarial local, un turismo de naturaleza sostenible -asegurando siempre su compatibilidad con los objetivos de conservación-.
- El compromiso voluntario de las empresas turísticas y otros actores del entorno con la conservación de los valores naturales del espacio y con la mejora de la sostenibilidad de sus actividades, colaborando con el órgano gestor.
- Un reconocimiento expreso a la sostenibilidad del turismo de naturaleza en ese espacio caracterizado por la colaboración entre el gestor y los empresarios locales.

Un producto turístico con esas características representará tanto un aval de sostenibilidad ambiental como de calidad de servicio para el turista y una garantía para la administración con objeto de poner en valor la biodiversidad sin amenazarla.

Como se ha visto anteriormente, hay diversas iniciativas que se basan en este concepto, tanto a nivel estatal como en el ámbito autonómico. Si bien estos sistemas se reconocen como solventes, están diseñados para su aplicación en una tipología muy concreta de espacios naturales protegidos y su implantación es muy fragmentada.

En consecuencia, con vistas a poner en valor la biodiversidad de España para el turismo de naturaleza -garantizando siempre su adecuada conservación- se establece un sistema flexible que permite ampliar esta oferta a los espacios de la Red Natura 2000 (que representan más del 27% del territorio).

El Objetivo 2 se centra en la promoción del turismo de naturaleza en España, que debe focalizarse en aquellos espacios reconocidos por su especial compromiso con la sostenibilidad del turismo de naturaleza en su gestión y en las actividades empresariales.

Además de la aproximación territorial a la sostenibilidad del turismo- a través de los espacios protegidos-, el Plan Sectorial busca mejorar la práctica de determinadas actividades de turismo de naturaleza. En consecuencia, el Objetivo 3 pretende implicar a todos los interesados para establecer y consolidar vínculos que conduzcan a una mejor consideración de la biodiversidad.

Finalmente, el Objetivo 4 requiere mejorar los conocimientos, la información y la formación relacionados con el turismo de naturaleza. Así, se podrá conocer el estado y evolución del turismo de naturaleza en España, su impacto sobre la biodiversidad, la sociedad y la economía, y se favorecerá el avance hacia los objetivos del Plan Sectorial.

La tabla siguiente recoge los objetivos mencionados y sus acciones asociadas, desarrolladas posteriormente con mayor detalle en fichas individuales.

PLAN SECTORIAL DE TURISMO DE NATURALEZA Y BIODIVERSIDAD

OBJETIVO

ACCIONES

1. Promover la configuración de destinos y productos de turismo de naturaleza sostenible.

1.1 Desarrollar un sistema de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000 poniendo en valor el capital natural como fuente de ingresos y generador de empleo.

1.2 Impulsar iniciativas solventes relacionadas con el reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza, adhiriendo al sector empresarial.

1.3 Promover la confluencia de iniciativas que reconozcan la sostenibilidad del turismo de naturaleza en España.

2. Impulsar y promocionar un producto de ecoturismo en España que incorpore a la Red Natura 2000.

2.1 Promocionar el turismo de naturaleza reconocido como sostenible.

2.2 Facilitar información adecuada sobre la biodiversidad española para la promoción del turismo de naturaleza.

2.3. Desarrollar herramientas tecnológicas para la divulgación y la promoción del turismo de naturaleza en España.

3. Mejorar la consideración de la biodiversidad en las actividades de turismo de naturaleza.

3.1 Identificar y desarrollar buenas prácticas en relación con la biodiversidad para actividades de turismo de naturaleza.

3.2 Fomentar la aplicación de buenas prácticas en relación con la biodiversidad en la realización de actividades de turismo de naturaleza.

4. Mejorar los conocimientos, la información y la formación relacionados con el turismo de naturaleza.

4.1 Obtener información sobre turismo de naturaleza y biodiversidad.

4.2 Establecer programas de formación en materia de turismo de naturaleza.

DESARROLLAR UN SISTEMA DE RECONOCIMIENTO DE LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO DE NATURALEZA EN LA RED NATURA 2000 PONIENDO EN VALOR EL CAPITAL NATURAL COMO FUENTE DE INGRESOS Y GENERADOR DE EMPLEO

**ACCIÓN
1.1**

La Red Natura 2000 engloba los principales valores ambientales de España y tiene un gran potencial tanto para el turismo de naturaleza como para la creación de empleo y el crecimiento económico. Por ello, es de interés el desarrollo de un sistema de garantías que permita asegurar que esta actividad no comprometa su estado de conservación.

Los sistemas voluntarios de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo en espacios protegidos son una herramienta que pueden permitir avanzar hacia la sostenibilidad de estas actividades, a través del trabajo conjunto entre el órgano gestor de cada espacio y los empresarios locales.

Descripción de la acción

Diseñar e implantar un sistema que permita reconocer la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000 y asegurar que esta actividad y su promoción, como producto turístico, no tiene efectos negativos sobre su estado de conservación.

Así, se fomentará el conocimiento de la Red, su valor para la conservación de la biodiversidad en España y se podrá usar a la Red Natura 2000 como sello de diferenciación para un turismo de naturaleza sostenible.

La adhesión al sistema debe ser voluntaria y, en todo caso, partir de la iniciativa de la autoridad ambiental gestora de cada lugar. Igualmente es necesario que se impliquen activamente los empresarios turísticos locales, expresando su compromiso con la sostenibilidad ambiental de sus actividades y con la conservación del espacio.

Para la implantación del sistema, en el lugar de la Red Natura 2000 en cuestión, debe existir una ordenación de la actividad turística y una gestión activa del uso público. En este sentido, el lugar deberá cumplir con unos criterios mínimos que se desarrollarán en el seno de la Comisión Estatal para el Patrimonio Natural y la Biodiversidad.

Por su parte, los empresarios locales deberán cumplir una serie de criterios mínimos relacionados con la sostenibilidad de sus actividades en el espacio y su contribución a la conservación de los valores naturales. En este contexto, es necesaria la creación de alguna fórmula de trabajo conjunto entre el órgano gestor y los empresarios locales para la promoción del turismo sostenible en el espacio.

El compromiso con la sostenibilidad del turismo de naturaleza, tanto por parte del gestor como por parte de las empresas y su colaboración mutua, será reconocido de forma expresa e identificable (mediante un sello o marca) por el cliente, de manera que sirva de aval y de ventaja competitiva de cara a la promoción.

El funcionamiento del sistema habrá de recogerse en un procedimiento sencillo y flexible, que pueda ser aplicado a las diversas situaciones de aquellos lugares de la Red Natura 2000 considerados aptos por su órgano gestor para implantar un modelo de turismo sostenible.

El diseño y configuración de este sistema requiere de la participación de las administraciones turísticas y ambientales -del Estado y de las comunidades autónomas- así como del sector privado y del tercer sector.

Este sistema debe tener en cuenta la experiencia acumulada por la Carta Europea de Turismo Sostenible y el Club de Producto de reservas de la biosfera españolas, especialmente en cuanto a los requisitos para los empresarios, para facilitar su posible homologación y reconocimiento.

IMPULSAR INICIATIVAS SOLVENTES RELACIONADAS CON EL RECONOCIMIENTO DE LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO DE NATURALEZA

**ACCIÓN
1.2**

Además del sistema planteado en la acción 1.1, existen otras iniciativas relacionadas con el reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en España (Carta Europea de Turismo Sostenible, Club de Producto Reservas de la Biosfera, etc.).

Su fomento y el impulso en su aplicación contribuirán a la configuración de un producto de turismo de naturaleza en España caracterizado por su sostenibilidad.

Descripción de la acción

Consolidar aquellas iniciativas solventes que permitan reconocer la sostenibilidad del turismo de naturaleza, de modo que contribuyan a la configuración de un producto de turismo de naturaleza sostenible para todo el territorio de cara a su promoción en el ámbito internacional.

Existen diversos mecanismos que pueden ser utilizados para el apoyo a estas iniciativas. Entre ellos, cabría citar las líneas financieras específicas para la promoción del turismo, líneas vinculadas al desarrollo rural o mecanismos relacionados con la promoción y difusión de iniciativas.

En todo caso, el apoyo se debe centrar en aquellas iniciativas que sean reconocidas como solventes y que contribuyan a la creación de un producto promocionable en el ámbito internacional.

En este Plan Sectorial se plantea el desarrollo de un sistema de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000 y se impulsa la aplicación de otros sistemas existentes y solventes. El objetivo último de todos estos sistemas es implantar un modelo de turismo sostenible en entornos naturales.

De cara a la configuración de un producto de turismo de naturaleza en España, homogéneo, reconocido y solvente que sea promocionable a escala internacional, es preciso promover la confluencia de aquellas iniciativas que trabajen en este sentido.

Descripción de la acción

Crear un órgano que asuma funciones de coordinación, colaboración y participación para establecer un marco común que permita aglutinar y coordinar aquellas iniciativas que persigan reconocer la sostenibilidad del turismo de naturaleza, sin que se pierda el carácter propio de cada una de ellas.

Este órgano tendrá carácter nacional y su adscripción, composición, funcionamiento y funciones concretas deberán determinarse. Incluirá a los actores públicos y privados relevantes en materia de sostenibilidad y turismo de naturaleza entre los que estarán, la administración pública, estatal y autonómica, con competencias en turismo y en biodiversidad, sector privado y tercer sector.

Para su configuración se optará por la adaptación de algún órgano ya existente de manera que se evite la duplicación de tareas y se optimicen los recursos. Este órgano, además, ejercerá funciones de coordinación nacional relacionadas con el sistema propuesto en la acción 1.1.

Los espacios que cuentan con una acreditación solvente respecto a las sostenibilidad del turismo de naturaleza realizado en su territorio representan un doble aval: Por un lado, para el cliente garantiza una mayor seguridad sobre la sostenibilidad de las actividades que contrata y su contribución a la conservación de la biodiversidad. Por otro, a las administraciones públicas les asegura que la promoción del turismo en esos entornos no implica efectos negativos sobre su biodiversidad.

Los esfuerzos de promoción del turismo de naturaleza por parte de las administraciones públicas deben focalizarse en aquellos lugares y empresas que cuentan con un reconocimiento a la sostenibilidad de las actividades turísticas que desarrollan.

Descripción de la acción.

Los esfuerzos dedicados a la promoción del turismo de naturaleza se centrarán en los espacios y empresarios acreditados respecto a la sostenibilidad del turismo de naturaleza, priorizándolos y diferenciándolos positivamente.

En este sentido, es de interés, entre otros, el impulso del producto de Ecoturismo en España o el impulso de productos de turismo de naturaleza, para lo que se diseñarán y desarrollarán campañas específicas de promoción del turismo de naturaleza.

Se trata de impulsar acciones de promoción compartidas por las administraciones públicas y el sector turístico privado, acordando alianzas público-privadas entre los actores relacionados con el turismo de naturaleza para crear y gestionar un producto turístico sostenible en todas sus fases (planificación, promoción, comercialización y evaluación).

En todo caso, para considerar adecuadamente los aspectos relacionados con la sostenibilidad ambiental y la biodiversidad es necesario asegurar la participación en estas iniciativas de los órganos estatales y autonómicos relacionados con la conservación de la biodiversidad y la gestión de espacios protegidos, incluida la Red Natura 2000.

Para impulsar adecuadamente el turismo de naturaleza, se requiere facilitar información clara, comprensible y fiable acerca de la biodiversidad y transmitir mensajes adecuados para proyectar la imagen real de la biodiversidad en España y de las políticas desarrolladas para conservarla y usarla de un modo sostenible.

Descripción de la acción

Establecer mecanismos de colaboración entre la administración turística y la administración ambiental para garantizar que la información sobre biodiversidad que se facilita en materiales de promoción turística y otros medios de difusión es acertada y para ofrecer una imagen actualizada tanto de la biodiversidad como de las políticas desarrolladas para su conservación y uso sostenible.

En este sentido, es de especial interés la utilización de tecnologías de la información y comunicación en la difusión. En concreto, los dispositivos móviles portátiles permiten el acceso a gran cantidad de información contenida en los bancos de datos sobre biodiversidad y servidores cartográficos mantenidos por la administración ambiental que pueden ser usados para el desarrollo de actividades relacionadas con el turismo de naturaleza.

Existen muchos centros de interpretación de la biodiversidad que tienen gran interés de cara a comunicar los valores de la biodiversidad pero no suelen estar integrados en rutas y productos turísticos. En este contexto, puede ser de interés establecer medidas para mejorar su funcionamiento turístico.

El turismo de naturaleza es promocionado desde las administraciones públicas a través de múltiples estrategias. La relevancia del patrimonio natural de España y su biodiversidad no se refleja adecuadamente en las estrategias de promoción, por lo que aún hoy España no es identificada como un destino de turismo de naturaleza, imagen que sí que tienen algunos de nuestros competidores más cercanos.

Este Plan Sectorial apuesta por invertir esta situación y lograr que el patrimonio natural español pase a figurar como argumento influyente en la decisión de viajar a España. Así se podrán satisfacer las diversas motivaciones del turista: desde el que pretende descansar en un espacio protegido que le asegura la tranquilidad y una oferta de relax a aquellos que quieren disfrutar de una actividad física (senderismo, buceo, etc.) en entornos bien conservados, pasando por aquel turista especializado que quiere descubrir nuestra biodiversidad.

El portal podría ser la principal herramienta online para divulgar los destinos de turismo de naturaleza ya certificados por sistemas reconocidos a nivel europeo y mundial (Espacios protegidos con la Carta Europea de Turismo Sostenible, reservas de la biosfera, Red Natura 2000) y para promover la oferta de experiencias de ecoturismo configuradas por estos destinos y las empresas turísticas más sostenibles debidamente formadas y acreditadas por estos sistemas.

Descripción de la acción

Diseñar y mantener un portal “España es Naturaleza-*Spain is Nature*” dotado de las herramientas adecuadas y la información necesaria para que el turista pueda preparar su viaje, disfrutar durante el mismo y contarlo tras él a través de diferentes mecanismos - desde conexión con redes sociales, hasta interactividad del portal- para despertar el interés por conocer ciertos paisajes y lugares de España y para mostrar el trabajo a favor de la conservación de la biodiversidad.

El portal podrá incluir instrumentos innovadores para la preparación del viaje, para el disfrute de la experiencia y para compartir y crear opinión y fidelizar tras el viaje. Estará conectado con las redes sociales e integrará las mejores bases de datos e información adecuadamente presentada en mensajes atractivos para dar al turista argumentos convincentes para que nos elija como destino preferente de turismo de naturaleza.

El portal deberá estar inmerso en una estrategia de marketing global a favor del turismo de naturaleza y su contribución a la conservación y uso sostenible de la biodiversidad. Para ello podría aglutinar las experiencias de conservación de la biodiversidad más emblemáticas con la oferta de servicios turísticos diferenciados en espacios protegidos, resultando así un conjunto de experiencias turísticas memorables para el turista.

**IDENTIFICAR Y DESARROLLAR BUENAS PRÁCTICAS EN RELACIÓN
CON LA BIODIVERSIDAD PARA ACTIVIDADES DE TURISMO DE
NATURALEZA**

**ACCIÓN
3.1**

El desarrollo y aplicación de códigos voluntarios de buenas prácticas para la biodiversidad -tanto por parte de los que ejercen la actividad como por parte del sector que las oferta- tiene un importante valor de cara a la sensibilización y toma de conciencia ambiental.

Descripción de la acción

Elaborar, de forma participada con los interesados, manuales de buenas prácticas relacionados con la biodiversidad para actividades vinculadas al turismo de naturaleza.

Estos manuales sensibilizarán acerca de la importancia y el valor de la biodiversidad e informarán de los impactos potenciales sobre el medio, derivados de la práctica de una determinada actividad. Asimismo, incluirán orientaciones sencillas para mejorar la forma en que se practican y favorecer, de ese modo, la conservación de la biodiversidad.

Existen múltiples actividades para las que potencialmente se pueden desarrollar estos manuales. Cabría destacar especialmente aquellas que realizan un uso muy directo de la biodiversidad y para las que sería particularmente interesante trabajar en este sentido: buceo recreativo, actividades náuticas, escalada, barranquismo y espeleología, recolección de setas, observación de aves, fotografía de la naturaleza, observación de cetáceos, pesca recreativa continental y marítima, caza, recorridos en vehículos de motor, senderismo, cicloturismo, etc. En relación con la biodiversidad marina, se puede destacar la iniciativa a favor de un turismo náutico sostenible promovido por Estaciones Náuticas.

En todo caso, la elaboración de estos manuales exige la participación de todos los actores involucrados -empresariales, deportivos o asociativos-. Así, se establecerán vínculos que fomenten sinergias positivas en favor de la biodiversidad y de las actividades turísticas sostenibles. Para ello, es conveniente usar como referencia manuales solventes ya desarrollados y reconocidos, teniendo en cuenta la proyección nacional que se busca.

Asimismo, puede ser de interés explorar los sistemas *payback* ligados a la conservación de la biodiversidad. Estas iniciativas se basan en desarrollar actividades y facilitar ejemplos en los que el turismo de naturaleza contribuye a la conservación del medio natural a través del consumo de experiencias de ecoturismo. Un ejemplo de ellos es el proyecto "Ecotourism Payback Experience", desarrollado por la línea de Agrupaciones Empresariales Innovadoras del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, donde se prueban diferentes fórmulas para que tanto empresarios como visitantes de los espacios naturales puedan contribuir a su conservación.

**FOMENTAR LA APLICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS EN RELACIÓN
CON LA BIODIVERSIDAD EN LA REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES DE
TURISMO DE NATURALEZA**

**ACCIÓN
3.2**

Las buenas prácticas en relación a la biodiversidad son una vía para la sensibilización y la integración ambiental en las actividades de turismo de naturaleza. Por ello, se considera interesante fomentar y reconocer su aplicación.

Expresar este compromiso voluntario con la biodiversidad permite diferenciar a una empresa o asociación por su implicación con la sostenibilidad, lo que puede ser reconocido por los clientes o asociados y servir de elemento de sensibilización para el resto.

Descripción de la acción

Fomentar la aplicación y el compromiso voluntario con las buenas prácticas recogidas en los manuales citados en la acción 3.1 por parte de asociaciones o empresas concernidas.

El compromiso con las buenas prácticas se deberá reconocer de algún modo, por ejemplo a través de actos públicos simbólicos como entregas de diplomas o premios e incluyendo a las empresas o asociaciones en listados públicos que puedan ser divulgados.

Es preciso que se cuente con algún tipo de seguimiento y verificación para confirmar que estas prácticas son realmente aplicadas de modo que únicamente se reconozca a aquellas entidades que mantienen el compromiso expresado.

OBTENER INFORMACIÓN SOBRE TURISMO DE NATURALEZA Y BIODIVERSIDAD

ACCIÓN
4.1

La integración de los objetivos de conservación de la biodiversidad en el turismo de naturaleza obliga a disponer de información suficiente y adecuada que permita conocer su estado, evolución y tendencias.

Descripción de la acción

Desarrollar actuaciones para la obtención de datos e información que permita fundamentar y evaluar el desarrollo de iniciativas para el logro de los objetivos de este Plan Sectorial.

Entre otros, son de interés los trabajos demoscópicos y otros estudios que consideren el turismo de naturaleza y la biodiversidad, abordando cuestiones como la demanda, las preferencias de los clientes, las repercusiones socioeconómicas sobre el territorio, los efectos ambientales y la repercusión sobre la conservación de la biodiversidad, etc.

También son necesarias medidas que permitan obtener información y datos para evaluar la eficacia de las iniciativas desarrolladas para promover el turismo sostenible y para avanzar en el conocimiento y en la innovación en relación con el turismo de naturaleza (para lo que puede ser interesante la creación de un *think tank*).

ESTABLECER PROGRAMAS DE FORMACIÓN EN MATERIA DE TURISMO DE NATURALEZA

ACCIÓN
4.2

La integración de los objetivos de conservación de la biodiversidad en el turismo de naturaleza requiere que todos los actores implicados cuenten con las capacidades precisas, para lo que se deben desarrollar acciones específicas de formación.

Descripción de la acción

Desarrollar programas de formación –con distintas modalidades- en turismo de naturaleza -dirigidos a todos los actores interesados- centrados en crear las capacidades y los vínculos necesarios para implantar el modelo propuesto en este Plan Sectorial.

Los sistemas de “formación de formadores” permitirán que las personas formadas gracias a estas iniciativas puedan transmitir los conocimientos adquiridos a su entorno próximo y aumentar el alcance y la eficacia de las iniciativas. En este sentido, se considera preciso buscar nuevas fórmulas para la formación del colectivo empresarial en el medio rural con el apoyo de las nuevas tecnologías.

También sería de interés explorar la posibilidad de revisar y mejorar la actual oferta de titulaciones oficiales para satisfacer las demandas actuales y prever las demandas futuras relacionadas con el turismo de naturaleza.