



espacios
naturales de
Andalucía



20º ANIVERSARIO DE ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS ANDALUCES 10º ANIVERSARIO DEL PARQUE NACIONAL DE SIERRA NEVADA

VI JORNADAS EUROPEAS DE PARQUES CON LA CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE

2 – 5 de junio de 2009. Capileira (Granada)



El Parque Nacional y Parque Natural de Sierra Nevada organizó en Capileira (Granada), del 2 al 5 de junio, una nueva edición del Encuentro Europeo de Parques con la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS), implantada ya en 58 espacios naturales protegidos (EENPP) de 7 países europeos (Alemania, España, Finlandia, Francia, Italia, Portugal y Reino Unido), de los cuales, 21 son españoles, y en pleno crecimiento actualmente. Se trata de un encuentro de gestores y técnicos de espacios protegidos y entidades públicas y privadas vinculadas al turismo en el territorio, con el fin de favorecer la comunicación entre dichos actores y potenciar acciones comunes.

La convocatoria congregó a más de 140 personas procedentes de todos los países europeos vinculados a la CETS o interesados en adherirse a la misma. (Listado de participantes en anexo I)

La metodología de trabajo se desarrolló mediante grupos de trabajo y sesiones plenarias de apertura, conclusiones y clausura.

Se diferenciaron 5 grupos de trabajo, 4 de ellos conformando un bloque en torno a la candidatura e implantación de la CETS (Fase I: Adhesión del Espacio Natural Protegido y Fase II: Adhesión de las empresas turísticas), y el último grupo constituyó otro bloque para hablar sobre las posibilidades de la Fase III de la CETS, adhesión de agencias de viajes y mayoristas turísticos.

Durante la sesión plenaria inicial se mostró:

- ✪ Un panel de experiencias sobre proyectos de comercialización, en el que la Secretaría de Estado de Turismo presentó el **Club de Producto**, compuesto por los EENNPP acreditados con la CETS y por la oferta de servicios de las empresas de turismo que trabajan en estas zonas y que también se encuentran adheridas a la CETS.
- ✪ Otro proyecto del que se trató durante el primer panel de experiencias fue el de la Fundación Andaluza de Formación y Empleo, que presentó la constitución de la **Agrupación Empresarial Innovadora en torno a la CETS**, consistente en la combinación de los EENNPP adheridos a la CETS y sectores industriales concretos, en este caso las empresas adheridas a la CETS, involucradas en procesos de intercambio colaborativo, dirigidos a obtener ventajas o beneficios derivados de la ejecución de proyectos conjuntos de carácter innovador.
- ✪ Otro panel de experiencias lo presentó Mike Brauner, representante del departamento de desarrollo sostenible de la TUI AG (Touristic Union Internacional), el mayor consorcio turístico europeo, que está desarrollando un papel especialmente activo en torno a la gestión ambiental del turismo desde su Departamento de Medio Ambiente.

Las conclusiones de los grupos de trabajo fueron presentadas en sesión plenaria:

Grupo I. Orientación a la implantación de la CETS (Fase I), nuevos espacios adheridos a la CETS: ejemplos, metodologías, financiación:

- ✪ Los principales beneficios que supone la Carta a los EENNPP son:
 - la coordinación, cooperación y compromiso entre actores locales (empresarios, parque, administraciones, etc.),
 - el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales de los espacios protegidos,
 - la posibilidad de promover un turismo sostenible en el territorio y diferenciarlo de cualquier otro turismo, diseñando estrategias y
 - la oportunidad para potenciar el conocimiento y promoción del espacio protegido.
- ✪ Las principales dificultades que supone la Carta a los EENNPP son lograr que sea un proceso realmente participativo que se adapte a las características propias del territorio, encontrar fondos de financiación, lograr la difusión interna de la CETS y que se trata de un proceso complejo, largo y costoso.

Grupo II. ENP adheridos a la CETS: Comunicación



En este grupo se trabajaron varios temas relacionados con la Comunicación interna de de la CETS y sus conclusiones fueron:

- ✪ Que los públicos prioritarios para la comunicación interna son: 1º las empresas turísticas del territorio CETS; 2º los otros actores implicados en la dinamización de las actuaciones del Plan de Acción (en particular la administración de turismo) y 3º los otros actores locales, población en general y visitantes.
- ✪ También recomendó un funcionamiento permanente del Foro y aprovechar los entes/canales ya creados en el territorio para difundir la CETS (Mesas de Dinamización Turística a nivel Comarcal).
- ✪ A su vez, definió los instrumentos y buenas prácticas que se pueden asumir y difundir para el plenario: desarrollar un plan de comunicación interna de la CETS como una de las actuaciones a incluir en el Plan de Acción; comunicación a los órganos de participación del desarrollo y evaluación de todas las actuaciones de la CETS; siempre añadir el logo de la CETS en toda la comunicación de las actuaciones previstas en el Plan de Acción; en los órganos de participación, crear Comisiones Técnicas específicas para tratar temas determinados y que estén compuestas por los principales actores que estén implicados; utilización de los medios de comunicación locales (radio, TV, prensa) u otras formas tradicionales de comunicación con el territorio; alternar la ubicación de las reuniones de Foro, Grupo de Trabajo, etc.; realizar visitas al territorio de la CETS con los empresarios turísticos; reforzar la práctica de visitas de intercambio a otros Parques con CETS; esfuerzo de la comunicación interna a través de Boletines/Newsletter (papel y digital) y página web dando espacio a la experiencia de los empresarios turísticos; hacer el seguimiento anual del Plan de Acción destacando la experiencia y actuaciones de los empresarios; y promocionar eventos del tipo Festival Forest of Bowland como instrumento de refuerzo de la identidad del territorio CETS.

Grupo III: ENP adheridos a la CETS: proceso de renovación, preparación de la candidatura, autoevaluación, documentación e informes necesarios..., retroalimentación con Europarc:

- ✪ Inicialmente fueron planteados los principales problemas que se habían detectado: El disponer de un marco presupuestario para los 5 años de duración del Plan de Acción, la escasez de personal, la falta de seguimiento periódico, la existencia de indicadores mal planteados y la falta de definición en la función, composición y objetivos del Foro.
- ✪ Ante dichos problemas propusieron que Europarc planteara una metodología a seguir, con casos de estudio y ejemplos, la elaboración de memorias anuales de seguimiento, eliminar repeticiones en el informe de re-evaluación y simplificar el mismo.

Grupo IV. Sistema de adhesión de los empresarios (Fase II): experiencias, ejemplo de buenas prácticas, metodologías:

Este grupo se dividió 2 subgrupos debido a que era muy numeroso y de procedencia variada (parques con la II Fase implantada y parques que deseaban implantar la II Fase).

Parques que desean implantar la II Fase de la Carta

- ✪ Por un lado se recogieron las expectativas/oportunidades de implantar dicha fase, como son: la posibilidad de que los empresarios trabajen juntos y no de manera individual; el ofrecer una imagen global en la que enmarcar los proyectos de cada iniciativa; que la CETS sea una herramienta de comunicación entre los actores del territorio; el mejorar el flujo de visitantes en el ENP; el mejorar la coordinación y comunicación del ENP con las empresas; el fijar población joven; beneficios financieros y económicos para las empresas; dar visibilidad al ENP y a las empresas; y favorecer al ENP al trabajar con empresas comprometidas con la sostenibilidad.
- ✪ Y por otro lado, se plantearon las principales dificultades que se encuentran los parques o empresas en el momento de implantar la II Fase. Como dificultades surgieron:
 - Encontrar escepticismo y desconfianza por parte de los empresarios. Ante dicha dificultad se plantearon diferentes soluciones:
 - ★ invitar a un empresario acreditado de otro parque que comparta su experiencia,
 - ★ tomarse el proceso con tranquilidad de manera que se asienten las bases antes de empezar con la II Fase y
 - ★ dar soluciones y compromisos rápidos y tangibles;
 - Escasez y precariedad de medios personales, técnicos y económicos del ENP para implantar y hacer el seguimiento de los compromisos con las empresas, a lo cual se aportaron diferentes soluciones:
 - cooperación e implicación de otras entidades,
 - elaborar una ficha de seguimiento de actuaciones de las empresas,
 - que el responsable de la CETS del ENP sea personal fijo del ENP;

- Falta de implicación y de compromiso por parte de algunas administraciones y otros actores (administraciones turísticas, ayuntamientos, ADR, ...), las soluciones fueron:
 - ★ Implicación de los gestores del ENP y de los responsables de la Administración Ambiental,
 - ★ que el foro solicite esta implicación.
- ⊛ Otras dificultades que también se plantearon fueron: altas expectativas de los empresarios de obtener dinero rápido y fácil, falta de conocimiento por parte de los empresarios de las herramientas informáticas necesarias, plazos cortos para implantar las actuaciones para los empresarios, aumento del trabajo del personal del Parque por asumir compromisos con las empresas, aumento del trabajo e incompatibilidad de horarios para los empresarios y que los empresarios piensen que su esfuerzo beneficia a otros.



Parques que ya han implantado la II Fase de la CETS

Por un lado se recogieron los aspectos destacados de la implantación de la II Fase que habían supuesto una mejora para el espacio protegido/empresa adherida/entorno socioeconómico:

- Se ha logrado una mayor comunicación y conocimiento del tejido empresarial que operaba en el ENP
- Se ha conseguido una mayor colaboración y diálogo para resolver problemas de gestión del área de uso público.
- Se ha reconocido la importancia del sector empresarial como intermediario con los visitantes (el cliente).
- Se ha conseguido una mayor confianza en la administración ambiental que opera en el territorio
- El sector empresarial ha podido adquirir mayor conocimiento e información sobre los valores naturales y culturales del ENP, así como sobre las actuaciones de gestión que se desarrollan en el territorio.
- Por otro lado se enumeraron las dificultades encontradas durante el proceso de implantación de la II Fase y se aportaron algunas soluciones:
- Escasa implicación de otras administraciones que operan el territorio: Turismo, Administraciones locales, así como otros departamentos de la administración ambiental no vinculados a la gestión de espacios protegidos. Como solución: se creyó conveniente implicar a estos colectivos en los foros

- y en los planes de actuación de la Carta, con actuaciones concretas y con aportaciones presupuestarias.
- Escasez de tiempo para aplicar el sistema de adhesión de las empresas. La solución sería ampliar el tiempo de la asistencia técnica. La nueva asistencia técnica se extenderá a lo largo de 1 año.
 - El sistema de adhesión implica muchas reuniones para el sector empresarial, y estos no tienen tiempo para dedicarse a sus negocios. En este caso la solución es adaptar el Sistema de Adhesión a los empresarios de modo de se optimice el tiempo empleado en las Jornadas de formación colectiva e individuales.
 - Mejorar las herramientas del Sistema de Adhesión (Listado de Chequeo). La solución: es revisar las herramientas del Sistema de Adhesión para mejorarlas, haciendo más sencilla su aplicación.
 - Publicitar la Carta en medios de comunicación a nivel regional y nacional. Como solución se plantea emprender campañas de comunicación sobre la Carta a nivel europeo, nacional (Secretaría de Estado de Turismo) y a nivel autonómico.
 - También se le solicitó a este subgrupo que expresaran qué tipo de oportunidades de cara al futuro podría suponer la implantación de la II Fase para el espacio protegido/empresa adherida/entorno socioeconómico. En este sentido, el subgrupo identificó las siguientes:
 - Crear redes de información en turismo sostenible vinculado a espacios naturales.
 - Difundir más ampliamente el compromiso medioambiental de las empresas y obtener así un reconocimiento social.
 - Crear un Club de producto turístico para parques y empresas con la Carta.
 - Los parques pueden contar con un grupo de empresas que colaboran en el proyecto, y que son sostenibles, dan información adecuada, veraz y de calidad sobre el ENP.

Grupo V. Adhesión de las agencias de viaje, mayoristas turísticos / tour operadores (Fase III); preparación de esta fase, discusión de sobre posibles criterios para productos, productos comunes que se pueden ofrecer a escala europea

- ✳ Es fundamental la organización en la comercialización de los productos turísticos, a nivel local (por destino/Parque) o regional, para permitir al presentar-se delante de los operadores de una manera conjunta y coordinada. La coordinación puede partir de una asociación de empresarios, o un agente de viajes local/regional que sea colaborador de la estrategia del parque, y que funcione como intermediario entre las diferentes empresas implicadas en la Carta (alojamiento, guías, restaurantes, centro de visitantes, etc) y el tour operador.
- ✳ Identificar EENNPP estrella que sirvan de reclamo para la promoción de otros espacios próximos. Los parques deberán trabajar en red para diversificar la oferta y distribuir beneficios.
- ✳ Complementar los valores naturales que ofrecen los EENNPP con otros productos, como son la etnografía, la gastronomía, etc.
- ✳ Considerar a la población local, además de a los visitantes, como destinataria de los productos turísticos.
- ✳ Dar especial atención al turismo interior o de proximidad (local, regional y/o nacional) como bases de la sostenibilidad socio-económica de los parques.

- ✪ Es necesaria la coordinación de las diferentes entidades implicadas en el diseño de los productos turísticos (Turismo, Medio Ambiente, Cultura, etc).
- ✪ Es muy importante el papel del guía en la interpretación de los productos turísticos. Los territorios deberán invertir en tener guía(s) con buena formación, y multilingües.
- ✪ Importancia de la identificación de los paquetes turísticos mediante la señalítica diferenciada.



- ✪ Conocimiento del mercado y del cliente, adaptándose a los segmentos de comercialización, identificando productos turísticos concretos y a la carta.
- ✪ Creación de una red europea de empresas que cumplan los criterios de sostenibilidad global.
- ✪ Asociar varios parques con elementos singulares y valores similares, por ejemplo: que destaquen por la flora, por la fauna, etc, y creación de paquetes turísticos.
- ✪ Seleccionar establecimientos turísticos familiares, integrados en el territorio y multiplicadores de la economía local. Creación de una red europea de empresas que cumplan los criterios de sostenibilidad turística global (Global Sustainable Tourism Criteria). Estos criterios son reconocidos como el estándar mundial para el establecimiento de cadenas de servicios turísticos basados en la sostenibilidad. La Fase III se deberá apoyar en estos criterios.

Una vez presentadas todas las conclusiones, el área protegida de Dovrefjell, de Noruega, presentó la experiencia que ha puesto en marcha y que puede suponer un ejemplo real de cómo relacionar las Fases II y III de la CETS, que ha consistido en crear una plataforma de marketing, integrada actualmente por 8 comunidades, y con la que se pretende a través de la creación de una etiqueta ecológica, conectar empresas turísticas de las áreas protegidas. Se trata de una única herramienta con la que se pretende conseguir alcanzar un pensamiento estratégico que coordine un plan de acción con actuaciones así como la capacidad de operar con éxito partiendo de pequeños presupuestos. Esta etiqueta ecológica ya es una realidad y ha sido presentada en ferias de turismo de Holanda y Alemania.



A raíz de esta presentación, fueron varias las intervenciones de los participantes referentes a la unificación o no de las Fases II y III ya que por un lado se veía la viabilidad de dicha unificación frente a lo contrario, defendiendo que la Fase II, donde el empresariado del espacio es el actor implicado, es a nivel local, frente a la Fase III, en la que intervienen agencias de viajes y tour operadores cuya visión es más global. Lo que si quedó claro fue que había que continuar, sin periodos latentes, con la consolidación de la Fase II y el desarrollo de la Fase III, con la elaboración de un borrador con el que comenzar a trabajar. Se ha definido que EUROPARC debería crear un grupo de trabajo para producir con urgencia el formato, reglamentos y criterios para la Fase III, para permitir que de inicie este trabajo en los parques y la integración de empresas certificadas con la Fase II con operadores sostenibles.

SALIDAS DE CAMPO



Opción 1: **SUBIDA AL MULHACÉN**

La subida al Mulhacén fue el itinerario que tuvo mayor poder de convocatoria, a pesar de los 900 metros de desnivel que había que superar hasta la cumbre, considerada con sus 3.482 m. como el techo de la Península. El tiempo acompañó a que la actividad se desarrollara sin ningún problema, pudiendo disfrutar el nutrido grupo de un clima estupendo de sol, visibilidad y ausencia de viento. La ascensión transcurrió por la misma loma del Mulhacén, con un dilatado horizonte a ambos lados de nuestro camino, hacia el valle del Poqueira y Trevélez, atravesando neveros y una vegetación singular, adaptada a unas condiciones extremas de nieve y aridez estival, sin parangón en toda Europa, como nos señalaron los cualificados Guías del Parque Nacional de Sierra Nevada. En la cumbre admiramos las impresionantes vistas tanto del macizo de Sierra Nevada, del Mediterráneo, como de gran parte de Andalucía, y donde dimos buena cuenta de las viandas que nos habían preparado en Capileira.





Opción 2: SULAYR. PARTE DEL TRAMO 6: HOYA DEL PORTILLO-TREVÉLEZ.

Treinta de los participantes optaron por esta salida de campo, que transcurría por el tramo 6 del Sendero Sulayr, aunque la primera parte del mismo, caracterizada por su gran pendiente, se salvó en el autobús.



Fue una excursión sin dificultad ya que la mayor parte del sendero descendía suavemente, algo que agradecieron muchos de los excursionistas. Impresionaron los prados regados por la infinidad de riachuelos que surgían de la montaña debido al deshielo, la diversidad de paisaje, el inmenso horizonte, e incluso se pudieron observar algunos ejemplares de la fauna endémica: grillos, saltamontes y mariposas.



Se premió la sombra de un nogal donde algunos aprovecharon para descansar, otros para comer y algún que otro refrescó sus pies en las frías aguas de la acequia que pasaba junto al mismo.



El itinerario finalizó en el pueblo de Trevélez, en el que se visitó un establecimiento turístico adherido a la II Fase de la CETS (Hotel La Fragua) y se degustó platos tradicionales de la zona.

Itinerario: Desde el Barranco del Poqueira nos dirigimos en autobús hasta Laujar de Andarax. A lo largo del recorrido en autobús realizamos diferentes paradas:

- ✪ El Complejo Turístico El Cercado de Bérchules, Punto de Información del parque y empresa Adherida a la II Fase de la CETS, el gerente de la empresa nos recibió en sus instalaciones y explicó a los participantes sus compromisos y plan de acción como socio de la CETS.
- ✪ Una vez en Laujar de Andarax visitamos las Bodegas Cortijo El Cura que elabora un vino con la etiqueta ecológica y que está en trámites de adherirse a la Marca Parque Natural de Andalucía. Los gestores de la bodega tiene un proyecto de vida y empresa a favor de la agricultura sostenible por lo que nos parece un buen ejemplo de empresa para adherirse como socia de la CETS.
- ✪ Antes de comer nos acercamos a conocer otra experiencia de empresa vinculada a la Carta, la Alacena de Laujar, un comercio que apoya los productos locales desde alimentación a artesanía, su singularidad radica en que es la única tienda que es Punto de Información del parque y socia de la CETS. En ella degustamos algunos de los productos que tiene a la venta.
- ✪ Desde la Alacena nos dirigimos al Área Recreativa del Río Nacimiento en dónde nos tomamos el picnic.
- ✪ En el camino de vuelta a Capileira hicimos una parada en el pueblo de Trevélez en dónde disfrutamos de una hora libre para pasear por sus calles.



- ✪ Hicimos una parada obligada en la Fuente Agria de Pórtugos, para probar su agua rica en hierro y hacernos la foto de grupo.