

El Observatorio de Ecoturismo en España es una herramienta que sirve para caracterizar a la demanda, conocer mejor a las empresas turísticas que configuran este producto y evaluar el papel que juegan los gestores responsables de los destinos de ecoturismo.

El ecoturismo es“el viaje a un área natural para conocerla, interpretarla, disfrutarla y recorrerla, al tiempo que se aprecia y contribuye de forma práctica a su conservación, sin generar impactos sobre el medio y repercutiendo positivamente en la población local (*Declaración de Ecoturismo de Daimiel, 2016*)”. Partiendo de esta definición gracias al convenio de colaboración con la Secretaría de Estado de Turismo, tal y como se estableció en dicha declaración, la Asociación Ecoturismo en España ha diseñado este observatorio para **medir la demanda de este producto especializado y sus repercusiones socioeconómicas.**

La primera fase del Observatorio de Ecoturismo en España ha finalizado en mayo de este año y ha logrado poner a punto el primer cuestionario digital de demanda dirigido al consumidor de ecoturismo, **una primera aproximación sobre las pequeñas empresas** que configuran este producto especializado, **y una valoración del nivel de gestión de los espacios naturales que ofrecen este producto.**

El primer resultado positivo del Observatorio es un cuestionario digital para conocer la demanda de ecoturismo, que ya están usando una red de destinos y empresas colaboradoras para proporcionar datos del consumo real de ecoturismo en España, todas ellas asociadas al Club Ecoturismo en España y comprometidas con el medio ambiente, el territorio y la población local.

Se ha establecido un procedimiento de trabajo conjunto para conocer mejor al viajero español y extranjero que practica ecoturismo con empresas turísticas ubicadas en los entornos de los espacios protegidos.

El cuestionario online, que valigado a una campaña de promoción del producto (#SoyEcoturista) y lleva asociada una serie de premios, ha sido respondido por 356 viajeros que entre el 1 de enero hasta final de mayo (la recopilación de datos se prolongará durante todo 2018) han viajado a alguno de los destinos del Club y han recibido la invitación a participar en la promoción #SoyEcoturista en alguno de los alojamientos o empresas de actividades colaboradoras.

El Observatorio arroja gran cantidad y variedad de datos asociados al perfil del viajero, al alojamiento o empresa y al destino de ecoturismo. Una primera conclusión es que **el Espacio Natural Protegido es la principal motivación para los viajeros que han participado en la encuesta (78,5%). La mayoría de los viajeros elige este destino por referencias de personas cercanas o según experiencias previas.**

Además de alojarse, un 50% de los viajeros realiza gasto en actividades relacionadas con la observación de la naturaleza durante su viaje de ecoturismo. La gran mayoría gastan menos de 60 €/persona, mientras que un 5% del total realiza actividades con precios/persona en el orden de 60 a 100 €.

El ecoturista tipo es un viajero entre los 35 y los 49 años (con paridad en cuanto a sexo), que viaja en pareja (un 30% con niños), con su vehículo particular y se considera aficionado a la naturaleza, tiene estudios superiores y trabaja.

Hay distintos tipos de viajeros consumidores de ecoturismo. El 40% de la muestra encuestada se identifica como aficionado a la naturaleza, mientras que un 33% se califica como turista cultural, y sólo un 8% se reconoce como turista especializado en observación de la naturaleza. Esto significa que en España el futuro de este producto pasa por extender su consumo a segmentos de demanda de las ciudades con un perfil de aficionados a la naturaleza y a la cultura.

Un 80% de los viajeros viaja más de dos veces al año a espacios naturales, y más del 80% de los encuestados reconoce que contrata los servicios de empresas de actividades en sus viajes, aunque el porcentaje de las que lo hacen de forma habitual es solo de un 5% y un 20% lo hace con cierta regularidad.

El Observatorio también incluye un cuestionario digital dirigido a los responsables de los alojamientos y empresas de actividades que configuran las experiencias de ecoturismo. En esta primera fase se han caracterizado 52 alojamientos y 38 empresas de actividades de ecoturismo.

Para el caso de los alojamientos, el 77% de los establecimientos tienen una temporalidad muy marcada, siendo las épocas de máxima ocupación el verano y la Semana Santa aunque un 82% abre todo el año. El gasto por cliente y noche en temporada alta se sitúa en el rango de 26 a 49€ en el 50% de los establecimientos encuestados; esta cantidad se reduce a 16-25€ en temporada media y baja para el 42% de la muestra.

La promoción del establecimiento se apoya en la marca del destino en un 75% de los casos. Más del 70% de las empresas, a pesar de ser socias del Club de Ecoturismo en España, no utiliza esta marca para diferenciarse de su competencia.

Todas las empresas realizan **venta** directa al cliente final, aunque el 78% se apoya en centrales de reserva, siendo los más utilizados Booking (81%) y Escapada Rural (55%). La mayoría de los alojamientos utilizan más de un portal de comercialización online. Sobre estos medios, se obtiene un 40% de ventas directas por un 33% de los clientes que vienen a través de centrales de reserva.

Respecto al idioma en la atención, un 84% de los establecimientos atienden a sus clientes en inglés, mientras que un 54% lo hace además/o en francés.

En lo relacionado con la evolución de la **facturación** en los últimos 3 años, **el 49% dice que se mantiene estable, mientras que cerca del 47% reconoce que es creciente.** Un 17% de las empresas encuestadas facturan más de 300.000 € al año.

Sobre las empresas de actividades, la actividad principal de la empresa es de tipo ecoturístico en un 50% de las respuestas, mientras que otro 21% se dedica en exclusiva

a actividades de ecoturismo. Existe un alto grado de especialización en las empresas vinculadas al ecoturismo.

En más del 49% de los casos, la duración media de la actividad por cliente es de media jornada.

Las categorías de precio de las actividades más demandadas se sitúan en el rango de 25 a 49€ (37%). Un porcentaje similar corresponde a actividades por debajo de los 25€.

La temporalidad de las actividades es muy marcada en un 65% de las respuestas. Así todo, el 95% de las empresas mantienen actividad todo el año.

El 60% de las actividades se realizan a pie, mientras que un porcentaje significativo (35%) corresponde a actividades en vehículo.

El gasto medio en promoción es inferior al que realizan los alojamientos (la clase más numerosa con un 21% invierte menos de 300€ al año, mientras que esta categoría para los alojamientos se sitúa en el rango 1001-3000€).

El volumen de negocio se ha mantenido estable en el 50% de las empresas y alojamientos, mientras que para ambos el 47% ha sido creciente en los últimos 3 años.

Por último, se ha diseñado un cuestionario para gestores de los destinos de ecoturismo en España que ha servido para conocer y calibrar las necesidades que tienen estos territorios para promocionar y comercializar el producto Ecoturismo en España.

El Observatorio de Ecoturismo en España aspira a proporcionar información de utilidad para las empresas y gestores vinculados a destinos de ecoturismo. Los resultados de este primer sondeo permitirán ajustar los cuestionarios y ofrecerán una primera visión de la situación del sector que posibilitará tomar decisiones acertadas tanto a nivel de empresas como de planificación de destinos y desarrollo de estrategias turísticas.

Más información en: <http://soyecoturista.com/observatorio/>

Persona de contacto:

Amanda Guzmán
Gerente

Asociación de Ecoturismo en España
Club Ecoturismo en España
620 228 505

gerencia@soyecoturista.com

www.soyecoturista.com

www.facebook.com/soyecoturista

@SoyEcoturista

