



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**ANÁLISIS DEL ECOTURISMO SOSTENIBLE EN
LA ISLA DE LA PALMA**

Presentado por Irene Fernández Saez

Tutelado por Ana Teresa López Pastor

Segovia, Junio de 2018

*“There is a pleasure in the pathless woods,
There is a rapture on the lonely shore,
There is society, where none intrudes,
By the deep Sea, and music in its roar:
I love not Man the less, but Nature more”*

Lord Byron

A mi tutora Ana Teresa por prepararnos para el futuro académico como nadie.
A Mamá, Papá y las pequeñas por apoyarme en todo momento y hacer posible esta
experiencia maravillosa que han sido mis años de universidad.
A Sam, por descubrir La Palma y el mundo conmigo.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1

INTRODUCCION Y JUSTIFICACION

- 1.1. Introducción** [Página 11]
- 1.2. Justificación** [Página 12]

CAPÍTULO 2

MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

- 2.1. Ecoturismo: concepto, características y tipologías** [Página 15]
- 2.2. Ecoturismo en España: Oferta, Demanda y Agentes** [Página 16]
- 2.2.1. Instituciones implicadas [Página 16]
- 2.2.2. Planes gubernamentales [página17]
- 2.3. Tipologías de Espacio Natural Protegido: Parque Nacional, Reserva de la Biosfera y otros Espacios Naturales Protegidos** [Página 19]
- 2.3.1. Parque Nacional [Página 19]
- 2.3.2. Reserva de la Biosfera..... [Página 20]
- 2.3.3. Otros Espacios Naturales Protegidos [Página 20]
- 2.2. Buenas prácticas en España** [Página 21]

CAPÍTULO 3

MARCO METODOLOGICO

- 3.1. Preguntas de investigación** [Página 25]
- 3.2. Objetivos**..... [Página 26]
- 3.3. Hipótesis** [Página 26]
- 3.4. Técnicas** [Página 27]

CAPÍTULO 4

ANALISIS DE CASO

- 4.1. Análisis de territorio** [Página 33]
- 4.2. Marco Institucional** [Página 33]
 - 4.2.1. Instituciones gubernamentales [Página 33]
 - 4.2.2. Gobernanza [Página 35]
- 4.3. Análisis de recursos turísticos** [Página 36]
 - 4.3.1. Oferta y Demanda..... [Página 36]
 - 4.3.2. Atractivos [Página 39]
- 4.4. Ecoturismo en La Palma** [Página 40]
 - 4.4.1. Oferta [Página 40]
 - 4.4.2. Demanda..... [Página 41]
- 4.5. Parque natural Caldera de Taburiente** [Página 43]
- 4.6. Reserva de la Biosfera** [Página 44]
- 4.7. Otros Espacios Naturales Protegidos** [Página 44]
- 4.8. Imagen, Destino y Promoción** [Página 46]
 - 4.8.1 .Imagen Web [Página 46]
 - 4.8.2. Plan Promocional..... [Página 48]

- 4.9. Buenas prácticas en La Palma**..... [Página 49]
- 4.10. Diagnostico DAFO**..... [Página 50]

CAPÍTULO 5 PROPUESTA DESARROLLO

- 5.1. Objetivos**..... [Página 55]
- 5.2. Acciones**..... [Página 56]
- 5.3. Metas esperadas y conclusiones**..... [Página 58]

- 6. CONCLUSIONES**..... [Página 63]
- 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**..... [Página 67]

ANEXO I

- Tablas, mapas, folletos y otros documentos relevantes..... [Página 75]

ANEXO II

- Buenas Prácticas..... [Página 83]

ANEXO III

- Respuestas de las entrevistas..... [Página 96]

CAPITULO 1
INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

Desde que en los años 80 se comenzara a usar el término ecoturismo y en los 90 fuera definido, el interés y la concienciación por practicar este tipo de turismo han ido en aumento año tras año, a la vez que se han incrementado los organismos que lo regulan, comercializan o promocionan.

España y en especial las Islas Canarias son territorios repletos de paisajes y biodiversidad diferente que han sido advertidos por diversas instituciones de protección de los espacios naturales, cooperando entre sí para conservar y hacer a los turistas partícipes de la belleza de nuestros parajes.

En este trabajo se tratará de caracterizar y explicar los aspectos básicos del ecoturismo en España y especialmente en la isla de La Palma, además de plantear propuestas de desarrollo del ecoturismo sostenible en la isla.

En el primer capítulo se contextualizarán el ecoturismo en el mundo y en España con su oferta y su demanda. Trataremos después las principales figuras de protección ambiental en España y su gestión. También prestamos especial atención a los organismos que certifican el ecoturismo.

En el segundo capítulo establecemos los objetivos planteados al realizar ese trabajo así como los métodos de investigación llevados a cabo para analizar la situación del ecoturismo.

Seguidamente en el tercer capítulo se analizará la situación actual de la isla de La Palma en cuanto a su turismo en general y su ecoturismo concretamente, teniendo en cuenta factores como la oferta y la demanda, la promoción del ecoturismo, y los agentes implicados en el desarrollo del mismo.

Por último se formulará una propuesta de desarrollo del ecoturismo en cuanto a la promoción del turismo ecológico en la isla mediante una segmentación para adecuar la promoción a los diversos perfiles de visitante y los diversos mercados potenciales.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La realización de este trabajo radica en la importancia que está tomando el ecoturismo en La Palma en los últimos años y la necesidad de tomar medidas para que su desarrollo sea sostenible.

La Palma con sus numerosos espacios naturales protegidos, su rica cultura y su biodiversidad, es el lugar idóneo para realizar un tipo de turismo de interés ecológico y cultural. El desarrollo de este modelo debe ser supervisado y estudiado cuidadosamente para sacar partido a todos los recursos turístico a la vez que evitamos la destrucción de los ecosistemas y tradiciones culturales de la isla.

Mediante un análisis de situación y la puesta en marcha de medidas garantizamos una buena conservación de los recursos naturales de la isla a la vez que se impulsa el crecimiento económico que viene del turismo de una manera sostenible.

La planificación en promoción es también de gran importancia para no solo atraer más turistas si no atraer a los turistas que nos interesan por su respeto al medioambiente y sus ganas de conocer el patrimonio.

En este escrito se analiza la situación, medidas y promoción de la isla para advertir el tipo de acciones que se están llevando a cabo en la isla y ver si hay un interés en este tipo de turismo o si por el contrario se da más importancia al desarrollo rápido y beneficioso económicamente pero perjudicial desde el punto de vista de la sostenibilidad.

Personalmente, un viaje a La Palma en el que disfrute de sus múltiples y variados paisajes, deguste su rica gastronomía y experimente la amabilidad de sus gentes, hizo crecer mi interés por esta isla. A la hora de efectuar ese proyecto quería realizarlo sobre un lugar que verdaderamente quiera conservar y ayudar a su desarrollo.

CAPITULO 2
MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. ECOTURISMO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, Y TIPOLOGÍAS.

Desde hace unos años, especialmente con la entrada del nuevo milenio, se ha creado una conciencia global por el medioambiente y el cuidado de nuestro planeta y su cultura. Esto en el mundo del turismo se ha traducido con la creación y el auge de un nuevo tipo de turismo en sintonía con las nuevas preocupaciones. “El ecoturismo es un viaje responsable a áreas naturales, este turismo conserva el medio ambiente, mejora el bienestar de la gente del lugar e involucra interpretación y educación” (TIES, 2015). La definición anterior añadió en 2015 la parte de interpretación y educación con lo que observamos que como todos los tipos de turismo este también está en evolución constante.

El ecoturismo surge a finales de los 70 en la “época del amor a la madre tierra”, pero no es hasta entrados los años 90 que tiene un boom en el que empieza a crecer entre “un 10 y un 15 por ciento al año” (OMT, 2002). En 1992 se celebra en Rio de Janeiro la “Cumbre de la tierra” en la que se crea conciencia sobre el medioambiente y los gobiernos se comprometen a trabajar por un desarrollo global más sostenible. En 2002 se celebra en Quebec la “primera cumbre mundial de ecoturismo” en la que se establecen discuten temas como establecer reglas, planificar comúnmente, crear métodos de supervisión de impactos, y elaborar nuevos productos y nuevas estrategias de marketing.

Las características principales de este tipo de turismo son el contacto con la naturaleza, el interés por interpretar y educarse sobre lo que se ve, la realización de viajes en pequeños grupos contratando con empresas locales, la reducción de impactos negativos, la protección de la naturaleza y que los beneficios de este turismo van a parar a las empresas locales (Wood, 2002)

Debemos distinguir el ecoturismo de otras clasificaciones. Muchas veces es confundido con el turismo de naturaleza, este turismo es cualquiera realizado en un entorno natural pudiendo ser turismo activo, de recreación o ecoturismo. La diferencia radicaría en el compromiso por la sostenibilidad del ecoturismo. El ecoturismo además de formar parte de los llamados turismo de naturaleza formaría parte también del turismo sostenible y responsable por esa conciencia medioambiental de la que hablábamos antes. Este tipo de turismo natural y responsable al que llamamos ecoturismo “satisface las necesidades del presente sin

comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades” (Bruntland Commission, 1987). La cual es una frase avanzada para su tiempo pero que a día de hoy todavía se menciona en la gran mayoría de escritos sobre sostenibilidad.

Dentro del ecoturismo tenemos muchas tipologías dependiendo del motivo principal de la visita a un lugar o la realización de un viaje. Se habla de algunas tipologías más últimamente porque están en desarrollo como pueden ser el geoturismo, si vamos a observar e informarnos sobre el medio físico geológico, u ornitoturismo si nuestro interés está en el conocimiento y observación de las aves. Otro tipo es el llamado agroturismo en el que se visitan granjas para aprender y experimentar su funcionamiento. Entre las múltiples motivaciones existentes para realizar ecoturismo algunas se corresponden a eventos puntuales como una migración de fauna, un acontecimiento astrológico importante o una erupción de un volcán. No nos olvidamos de mencionar la clásica observación de flora y fauna además del turismo de aventura que en muchas ocasiones implica conocer y respetar el medio natural que nos rodea.

2.2 ECOTURISMO EN ESPAÑA: OFERTA, DEMANDA Y AGENTES IMPLICADOS

Como ya mencionamos antes, el ecoturismo es una tendencia a la alza desde los noventa. La creación de la TIES (The International Ecotourism Society) en 1990 nos sirve para tener datos del desarrollo de este tipo de turismo. En España el crecimiento es espectacular a partir del 2004 como en el resto del mundo. Diversas organizaciones e iniciativas han sabido ver el potencial del patrimonio natural español que es uno de los más diversos de Europa y promover su visita y conocimiento de una forma sostenible. A continuación se va a presentar estos organismos para posteriormente poder mencionarlos en el caso aplicado de La Palma.

2.2.1 INSTITUCIONES IMPLICADAS

En primer lugar tenemos la federación Europarc, fundada en 1973. Es la red europea que se dedica a mejorar la gestión de las áreas naturales protegidas en Europa. En ella hay representación de los países miembros de la Unión Europea. Apuestan por la conservación y el desarrollo de manera sostenible de todos los Espacios Naturales Protegidos de Europa. Dentro de las iniciativas de esta federación esta la CETS

La CETS o Carta Europea De Turismo Sostenible es un proyecto de la Federación EUROPARC para promover el desarrollo sostenible en los Espacios Naturales Protegidos de Europa. Es una certificación voluntaria que los espacios naturales y las empresas dentro de ellos pueden adquirir si siguen unos parámetros. Los beneficios que la CETS trae a esas empresas y espacios naturales son muchos. La pertenencia a una red de espacios naturales en Europa consiguiendo así promoción y reconocimiento es uno de ellos, además del asesoramiento que la CETS ofrece. En España actualmente hay 44 espacios naturales y sus consiguientes empresas certificados con la CETS.

Desplazándonos ahora a organismos españoles hablaremos de la Agrupación Empresarial Innovadora (AEI) TUREBE cuyo cometido es aportar soluciones a empresas que operan en Espacios Naturales Protegidos. Fue creada en 2010 y está formada por asociaciones de empresarios con la intención de fomentar y promocionar el ecoturismo de forma privada. Desde la AEI se ha creado el Club Del Ecoturista con diversas funciones. La más importante de ellas es la de comercializar productos de ecoturismo ya sean hoteles, restaurantes o experiencias a través de su marca y su web llamadas “Soy Ecoturista”. Las empresas y lugares naturales que promocionan deben de estar acogidos en la CETS. Pretenden con este proyecto promocionar, comercializar y poner en valor además de evaluar posteriormente el ecoturismo en España. También están volcados con la formación organizando cursos, jornadas, seminarios y otros eventos formativos.

Otra asociación de corte privado dentro de España es Ceres que es una iniciativa de la fundación Ecoagroturismo. Esta iniciativa que también se extiende a Portugal ofrece un certificado europeo llamado ECOLABEL ECEAT, expedido por el “European center for ecological and agricultural tourism”. Pueden optar a este certificado las empresas, restaurantes o alojamientos que tienen un compromiso medioambiental, socio cultural y económico.

2.2.2 PLANES GUBERNAMENTALES

En cuanto al marco institucional debemos destacar 3 planes estratégicos que se preocupan del ecoturismo. Esto son el Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza de 2013, el Plan integral de Turismo Rural de 2014, y el Plan de turismo español Horizonte 2020.

En primer lugar tenemos el Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza de 2013. En él se hace hincapié en que hay que poner el valor la riqueza natural de la biodiversidad de España mediante el turismo de naturaleza y sus variedades, el turismo activo, el de esparcimiento y el ecoturismo, a la vez que minimizamos los impacto es eso territorios. Como datos orientativos sabemos que 35 millones de pernoctaciones en 2012 estuvieron ligadas al turismo de naturaleza y que el 21% de visitantes en espacios naturales le dan importancia a los espacios de la Red Natura 2000. Todo esto nos lleva a una necesidad de planificación y conservación porque al planificar atraemos a un turista informado que es un turista que respeta y ayudad en la tarea de conservación de la biodiversidad. Esta tarea de planificación se lleva a cabo con la ayuda de 3 entidades: CETS y su certificación de ecoturismo, el Club de Ecoturismo con su promoción y comercialización y las iniciativas de los más de 350 Grupos de Acción Local existentes en España. Grosso modo los objetivos de este plan serian la configuración del producto turismo de naturaleza, la promoción del mismo, la implicación de los ciudadanos, organizaciones, gobiernos y empresas en esta tarea y la formación de personas y empresas y su posterior evaluación de resultados.

El segundo plan es el de Turismo rural de 2014. En él se explica que ha subido el número de plazas de turismo rural en España pero que han bajado las pernoctaciones. Sobre el perfil de la demanda internacional comenta que los mayores mercados son el alemán, holandés y belga, con un perfil de viajero de 40-50 años, con estudios superiores y que se deciden a hacer turismo rural en España por el entorno en primer lugar y por la relación calidad-precio en segundo. Las acciones sobre el ecoturismo son variadas. La primera es de definición y segmentación del producto ecoturismo en España. La segunda es de explicación del funcionamiento de TUREBE y el Club del Producto y como ayudan a la expansión del ecoturismo. Otras acciones propuestas son varios estudios sobre ornitoturismo y cicloturismo, varias jornadas de información y campañas de promoción tanto en España como en el extranjero especialmente en Alemania por ser el segmento de mercado con más potencial.

Por ultimo tenemos el Plan de turismo español Horizonte 2020 en el que introduce que las nuevas tendencias del turismo a las que hay que adaptarse son, las nuevas tipologías de clientes, la tecnología que marcara la manera de comercializar y las tendencias medioambientales en todo el mundo. Por eso se marca como objetivo principal la sostenibilidad del modelo turístico. Menciona que el futuro del sector se basa en la conservación de nuestra biodiversidad y que para ello tenemos que desestacionalizar nuestros destinos, asegurar la

calidad del entorno natural, innovar en los productos y garantizar el bienestar social. Aseguran que para conseguir esos objetivos de sostenibilidad tenemos que hacerlo a través de la gobernanza.

2.3 TIPOLOGÍAS DE ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS. PARQUE NATURAL, RESERVA DE LA BIOSFERA Y OTROS ENPs

Nuestro país cuenta con 15 parques nacionales, 48 reservas de la biosfera, 11 geoparques y más de 170 espacios naturales protegidos en total todos ellos amparados por la Unión Europea dentro del programa Natura 2000.

2.3.1 PARQUES NACIONALES

Los Parques Nacionales son una figura de protección creada en 1916 gracias al impulso de Pedro Pidal. Ese mismo año se creó el PN Picos de Europa que fue el segundo en el mundo después de Yellowstone. El último PN en ser declarado ha sido el de la Sierra de Guadarrama en 2013. Hay 15 Parques Nacionales en España, de los cuales el de Teide es el más visitado. Diez de ellos en territorio peninsular, cuatro en las Islas Canarias y uno en las Islas baleares. Están regidos por la Ley 30/2014 de Parques Nacionales y gestionados por el Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA) a través del Organismo Autónomo de Parques Nacionales (OAPN) creado en 1995.

Los Parques Nacionales se crean por 4 razones principales; su no intervención para dejar el libre devenir de procesos naturales, el uso y disfrute de ellos ligado a su conservación, la investigación y ampliación de conocimientos, y para ser un motor de desarrollo económico para sus alrededores. Así mismo cuentan con diversos programas de seguimiento de todo tipo de especies, de la cartografía y hasta de los aspectos sociológicos. Su promoción la lleva a cabo de manera pública Turespaña a través de “spain.info” informando sobre los parques y comercializando experiencias en ellos.

2.3.2 RESERVAS DE LA BIOSFERA

Las 48 Reservas de la Biosfera existentes en España son territorios cuyo objetivo es armonizar la conservación de la diversidad biológica y cultural y el desarrollo económico y social a través de la relación de las personas con la naturaleza. Se establecen sobre “zonas ecológicamente representativas o de valor único, en ambientes terrestres, costeros y marinos, en las cuales la integración de la población humana y sus actividades con la conservación son esenciales” (RERB, 2017). Es un programa inter gubernamental llamado “Man and Biosphere” que se basa en la investigación, conservación y usos sostenible de las zonas declaradas. En España está gestionado por el ya mencionado OAPN, organizándose en una Red de Reservas de la Biosfera y para que una zona sea declarada Reserva de la Biosfera debe cumplir entre otros muchos requisitos el conservar su biodiversidad, ser motor de desarrollo local y apoyar la investigación y formación. Entre los muchos proyectos de la Red Española de Reservas de la Biosfera están el de seguimiento de especies, la creación de un catálogo de patrimonio inmaterial, y la señalización de rutas y zonas dentro de la Reserva. Sus iniciativas más interesantes en relación con el turismo son en primer lugar la creación de un “Club del Producto Reservas de la Biosfera” con el apoyo ministerial para promocionar y comercializar el producto RB. Para guiar a las empresas y entidades han creado el “Manual de Producto RB”. En segundo lugar tenemos la creación de una “Marca Calidad Reserva de la Biosfera” para reconocer a todas las empresas, productos o servicios dentro de una RB que están implicados en la conservación y el desarrollo de la misma. Al igual que los Parques Naturales su promoción la lleva Turespaña en “spain.info” dentro de Turismo de Naturaleza

2.3.3. ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

Por ultimo tenemos la figura de protección de Espacio Natural Protegido. Para ser declarado ENP el territorio debe “contener sistemas o elementos naturales representativos, singulares, frágiles, amenazados o de especial interés ecológico, científico, paisajístico, geológico o educativo y estar dedicados especialmente a la protección y el mantenimiento de la diversidad biológica, de la geo diversidad y de los recursos naturales y culturales asociados” (OAPN, 2007). Se han establecido dentro de la legislación española, según la ley de 2007 sobre espacios naturales, 5 categorías. La primera es la de Parques Naturales si el territorio tiene ecosistemas representativos, paisajes singulares o especies de alto interés. Contamos 162 en España entre los que se incluyen los Parques Nacionales. La segunda clasificación es la de

Reserva Natural, creada para proteger ecosistemas o paisajes frágiles o muy valiosos, tenemos en España 290 de estas reservas. En tercer lugar tenemos un área marina protegida desde el 2011. La cuarta clasificación es la de Monumento Natural otorgada a 346 lugares españoles singulares o de un gran valor cultural, científico o paisajístico .por último tenemos 57 paisajes protegidos que son partes de territorio de gran valor para la biodiversidad administradas por las comunidades autónomas. (Datos EUROPARC 2016).

Todos estos espacios protegidos por la legislación española además están protegidos dentro de la red Natura 2000 que los clasifica en Lugares de Importancia Comunitaria (LIC), zonas de especial protección para aves (ZEPA), o zonas de especial conservación (ZEC) de los cuales contamos en España con 1467,647 y 226 respectivamente. (Datos Natura 2000, 2016)

Además contamos con otras figuras de protección de la biodiversidad que no son gestionadas por el estado español. Estas son:

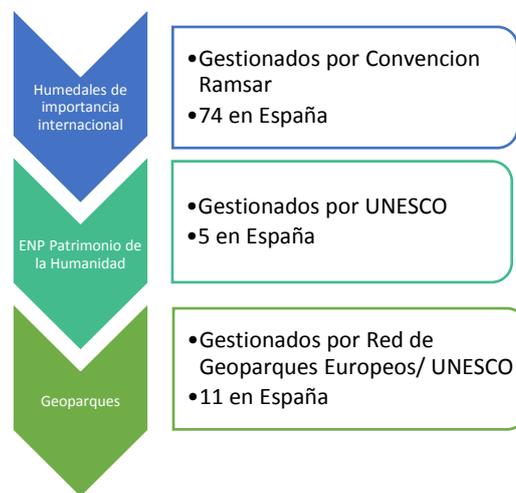


Fig. 1. Otras figuras de protección. (Elaboración Propia, fuentes variadas)

2.4 BUENAS PRÁCTICAS

En España ya hay numerosos proyectos de desarrollo o promoción del ecoturismo y sus productos turísticos. A esas iniciativas que colaboran con la sostenibilidad de un medio, así como su explotación responsable, llamamos “buenas prácticas”

A continuación se encuentra un cuadro resumen de 5 buenas prácticas seleccionadas de ecoturismo en España. En el anexo se especifica más sobre los proyectos.

PROYECTO	GESTIÓN	AÑO	MARCO TERRITORIAL
<p>“Caminos del arte en la naturaleza”</p> <p>Programa de creación y señalización de senderos con esculturas en la naturaleza</p>	<p>Diputación de Salamanca</p> <p>Colectivo de artistas OMA</p>	2007	<p>Salamanca</p> <p>Parque Natural de las Batuecas-Sierra de Francia</p>
<p>“Custodia marina y turismo”</p> <p>Creación de productos turísticos en áreas marinas protegidas y catalogación de especies a través de una app.</p>	<p>AEI TUREBE</p> <p>AEI Connect</p> <p>AEI Estaciones náuticas</p>	2013	España
<p>“Senderos bajo el mar”</p> <p>Publicación de un libro y creación de una web con 32 rutas submarinas de buceo en el Mediterráneo</p>	Diputación de Alicante	2009	Alicante
<p>“Ecoturismo Payback Experience”</p> <p>Creación de experiencias de ecoturismo solidario de conservación de la biodiversidad.</p>	AEI TUREBE	2013	España
<p>“Proyecto TRINO”</p> <p>Turismo rural interior de ornitología. Creación de rutas e infraestructura de observación de aves</p>	<p>ADRI Valladolid Norte</p> <p>30 Grupos de Acción Local de Castilla y León</p>	2007	Castilla y León

CAPITULO 3
MARCO METODOLÓGICO

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Estas son las preguntas que se ha planteado responder al hacer este trabajo. En la medida de lo posible se les da respuesta a lo largo de este informe.

Sobre el ecoturismo en concreto.

¿Quiénes son los principales actores en la gestión y promoción del ecoturismo en España?

¿Cuáles son los diferentes planes de acción del gobierno español en cuanto al ecoturismo?

¿Existe una red de promoción del ecoturismo español?

Sobre el ecoturismo en la isla de La Palma.

¿Qué tipologías del ecoturismo se realizan en la isla?

¿Hasta qué punto se proyecta imagen de destino de turismo sostenible? ¿Se acude a ferias para mejorar esta imagen?

Gobernanza, ¿hay un planificación hacia el turismo sostenible en la isla en la que participen diferentes sectores de la población?

¿Hasta qué punto las instituciones públicas de La Palma están apostando por el ecoturismo?

¿El hecho de tener “certificaciones” ha favorecido el incremento de turistas en La Palma?

¿Qué líneas del plan del marketing de Canarias se pueden aprovechar para el ecoturismo en La Palma?

3.2 OBJETIVOS

He planteado los 4 objetivos principales que tiene la realización de este trabajo

- Identificar y describir las diferentes organizaciones que regulan o promocionan el ecoturismo en España así como las diversas certificaciones a las que pueden optar los espacios naturales o negocios enclavados en un espacio natural.

-Caracterizar y describir la oferta y demanda del ecoturismo en La Palma a través de estudios realizados por diversas entidades y de las herramientas de promoción online de diversos organismos relacionados con la isla o con el ecoturismo. Así mismo determinar qué tipo de promoción se está llevando a cabo del ecoturismo en la isla.

-Tomando como punto de partida las organizaciones y certificaciones ecoturísticas en España, averiguar cuales de ellas realizan alguna labor en la isla de La Palma o están implantadas en el caso de las certificaciones. Indagar en si hay un interés en conseguir estas certificaciones.

-Realizar una propuesta de mejora para el aspecto promocional de la isla de La Palma mediante una segmentación que permita promocionar el ecoturismo a los grupos que creemos potenciales y así atraer un tipo de turista que nos ayudara a la conservación del medioambiente, la sostenibilidad económica y social de la isla y en la práctica de un ecoturismo respetuoso.

3.3 HIPÓTESIS

Tras las lecturas de documentos y noticias sobre proyectos inminentes en La Palma he planteado dos hipótesis basadas en las primeras búsquedas de información y lectura de noticias y documentos tales como planes de acción sobre el terreno. A lo largo del trabajo y mediante entrevistas se ha comprobado qué hay de cierto en estas hipótesis.

La primera hipótesis es que el desarrollo de La Palma como isla de turismo sostenible va a ir a peor. Esta pesimista hipótesis se basa en noticias sobre los planes para la construcción de campos de golf y grandes hoteles en La Palma, y sobre la derogación de una moratoria que impide ampliar las plazas hoteleras en la isla. Esto puede llevar a la conclusión de que el cabildo de la isla está mirando más por el beneficio económico que por la sostenibilidad.

La segunda hipótesis es que no hay demasiado interés por obtener las certificaciones anteriormente mencionadas en el capítulo 2 tales como la CETS dado que no he encontrado mucha información sobre La Palma en las páginas de dichas certificaciones. Así mismo tras revisar las páginas de promoción de la isla en ningún momento se menciona certificación alguna de sostenibilidad a parte del hecho de que La Palma es declarada Reserva de La Biosfera.

3.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La metodología del trabajo consiste en la utilización de fuentes secundarias siendo las búsquedas en internet la herramienta primordial para localizar documentos de interés. Entre estas búsquedas lo más importante ha sido hallar planes gubernamentales en materia de ecoturismo, turismo alternativo o turismo rural, planes canarios de promoción de las islas, planes de La Palma sobre utilización de suelo para usos turísticos, así como información de las diferentes organizaciones y certificaciones de gestión y promoción del ecoturismo con sus estándares.

A parte de la información obtenida en red también un gran parte del contenido viene de aplicación de los conocimientos adquiridos, mediante textos científicos y noticias provistas por diversos profesores en clase que han sido de gran ayuda a la hora de partir de una base para comenzar este trabajo y también para relacionar teoría con ejemplos en la vida real.

Por último realice una visita a la feria de turismo interior de Valladolid INTUR y a la feria de turismo de Madrid FITUR para recabar folletos, información y observar de primera mano cómo se promociona la isla en la península.

Además de la búsqueda documental se han realizado entrevistas a diferentes organismos para averiguar a donde se dirigen los intereses sobre ecoturismo en la isla de La Palma. Aquí cito 3 organizaciones a las que considero interesante entrevistar porque ofrecen las diferentes perspectivas de lo que el desarrollo sostenible significaría para ellos y como ven o les gustaría ver el futuro. Las respuestas a estas entrevistas se encuentran anexadas

Estas son:

-Los Servicios Centrales de Turismo del Cabildo Insular de La Palma (servicio.turismo@cablapalma.es) porque ellos pueden hablar desde el punto de vista del gobierno y son los que al final tienen la palabra al aprobar o no ciertas iniciativas turísticas.

-¿Qué imagen estáis intentando proyectar en los últimos años? ¿Creéis que es la imagen que los turistas captan?

-¿Por qué tipo de turismo se apuesta primero: turismo sol y playa o turismo de naturaleza y ecoturismo?

-¿Interesa apostar por el ecoturismo?

-¿Existe una planificación por parte del cabildo para hacer el turismo en la isla sostenible o aún más sostenible? ¿Cuáles son sus puntos más importantes llevados a cabo?

-¿Hay una mesa de ecoturismo en La Palma donde estén presentes tanto las iniciativas privadas como el sector público para avanzar en este ámbito?

-¿Qué relación hay para fomentar el ecoturismo y el turismo sostenible con la Reserva de la Biosfera y con el Parque Nacional?

-¿Existe algún conflicto entre el turismo de sol y playa y el ecoturismo y turismo sostenible? -
¿Cómo se afronta?

-¿Cómo creen que será el futuro del turismo en la isla y como les gustaría que fuera? ¿Se está haciendo en concreto para llegar a esa visión?

-La Reserva de la Biosfera (info@lapalmabiosfera.es) porque su mayor prioridad es la preservación del medio ambiente y me interesa saber cómo coordinan sus intereses con los de las asociaciones hoteleras y turísticas.

-¿Cómo estas figuras de protección ambiental como la reserva o el parque nacional facilitan el desarrollo sostenible?

-¿Cómo ha cambiado el turismo en la isla la creación de la reserva de la biosfera?

-¿Por qué nuevos tipos de turismo alternativo o de actividades alternativas se está apostando en la isla?

-¿Existen conflictos entre vuestros intereses y los del cabildo? ¿Qué conflictos de intereses hay en la isla?

-¿Cómo creen que será el futuro del turismo en la isla y como les gustaría que fuera? ¿Se está haciendo en concreto para llegar a esa visión?

-La Asociación Turismo Rural La Palma (reservas@islabonita.es) como contraposición al turismo en hoteles desde esta asociación apuestan por la sostenibilidad en todas sus acciones. Me gustaría como se promocionan y se posicionan como producto sostenible y de calidad y como quieren mejorar en el futuro.

-¿Que buenas prácticas se están llevando a cabo en su asociación o en los establecimientos que forman parte de ella?

-¿A qué certificaciones sostenibles pueden optar los establecimientos hoteleros de la palma? ¿Hay un interés por conseguirlos o no?

-¿Cuáles son las metas en cuanto a sostenibilidad que se plantea la asociación?

-¿Existen conflictos entre vuestros intereses y los del cabildo? ¿Qué conflictos de intereses hay en la isla?

-¿Qué medidas de promoción se están tomando para hacer del turismo rural una opción importante a la hora de escoger alojamiento en la isla?

-¿Cómo creen que será el futuro del turismo en la isla y como les gustaría que fuera? ¿Qué se está haciendo en concreto para llegar a esa visión?

CAPITULO 4

ANÁLISIS DE CASO

4. ANÁLISIS DE CASO

4.1 ANÁLISIS TERRITORIO

La Palma se sitúa en el archipiélago de las Canarias en la provincia de Santa Cruz de Tenerife. Es la 5ª isla en población en las Canarias con sus 81.489 habitantes siendo el municipio de Los Llanos el más poblado de sus 14 municipios. Su aeropuerto recibió el año pasado 1.116.146 turistas incrementándose un 15% del 2015. (AENA, 2017)

La Palma es en su totalidad Reserva de la Biosfera lo que significa la protección de sus especies y la apuesta por un desarrollo sostenible económico y humano. Además cuenta con un parque nacional, el de la Caldera de Taburiente, y los parques naturales de Los Tiles y de la Cumbre Vieja.

La actividad económica principal es la agricultura de plátanos sobre todo. En cuanto a inmigración las nacionalidades más presentes en esta población que sufre de estancamiento son la venezolana y la alemana.

El clima subtropical poco lluvioso hace de La Palma un destino ideal para disfrutar del sol, además, con el fenómeno llamado lluvia horizontal podemos apreciar los paisajes como la laurisilva y las especies endémicas vegetales y de insectos.

Los principales órganos de gobierno con diferentes materias en turismo y medio ambiente son el Gobierno de Canarias, el Cabildo Insular de La Palma y los diferentes ayuntamientos de los 14 municipios.

4.2 MARCO INSTITUCIONAL

4.2.1 INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES

En este apartado debemos distinguir las diferentes competencias de las diferentes instituciones en materia de turismo.

En el nivel más alto tenemos el Gobierno de Canarias a nivel autonómico. Dentro de su Consejería de Turismo, Cultura y Deporte tienen una Dirección General de Ordenación y Promoción Turística. Desde esta institución se encargan de la promoción, las inspecciones y sanciones y la formación entre otras competencias. Para la promoción, estadísticas y

observatorio turístico tienen una delegación aparte llamada PROMOTUR, lo que nos indica que hay un interés por conocer la demanda y la satisfacción de los visitantes. Para formar trabajadores tienen becas para estudiantes de nivel postobligatorio y un hotel escuela llamado HECANSA. De forma común a todas las islas tienen también un Plan de segmentación, un Plan de marketing común, un Plan de posicionamiento en Europa y una Estrategia común de comunicación, lo que nos indica una preocupación por transmitir una imagen concreta de sol, playa y turismo activo sostenible.

El gobierno de Canarias tiene en La Palma 4 proyectos de índole turística aprobados y financiados por los fondos europeos FEDER, dichos proyectos son sobre promoción turística, sobre conservación de micro áreas ecoturísticas litorales para regenerar la vida acuática, de actuación para el desarrollo de zonas en zonas de reconversión agrícola y de desarrollar el turismo de volcanes. Además de esto el Gobierno de Canarias ha participado este año en 44 ferias de turismo en España y Centroeuropa para promocionar sobre todo el turismo de sol y playa y el turismo activo.

Además de esto se está debatiendo y redactando un plan estratégico común que esperan firmar a principios de 2018 en el que prometen adaptarse a turismo en una época de crecimiento sostenible económica y socialmente además del crecimiento digital. Este plan está siendo debatido ahora con muchas diferencias de opinión entre grupos políticos más partidarios del desarrollo sostenible y otros más partidarios del crecimiento beneficioso para la economía sin más preocupaciones.

El siguiente nivel sería el Cabildo Insular desde sus Servicios Centrales de Turismo. En esta administración se encargan de las licencias para abrir, cerrar o modificar establecimientos hosteleros o turísticos. Además de llevar el registro de dichas empresas, también es competencia suya las infraestructuras turísticas y la promoción de la isla. Desde 2007 en la isla está en vigor el Plan Especial De Ordenación De La Actividad Turística. En este plan se analiza la situación de la isla, los impactos que el turismo ha tenido en ella y las consecuencias que las nuevas medidas de ordenación tendrían en la economía. Las medidas son principalmente para fijar límites y ritmos del crecimiento de la actividad turística en la isla.

Por último tenemos los ayuntamientos de los diferentes 14 municipios que tienen competencias en promoción turística, cosa que hacen desde sus respectivas páginas web.

4.2.2. GOBERNANZA

Además de los órganos institucionales la isla cuenta con otras asociaciones que hacen posible la gobernanza.

La primera que mencionaremos es la Asociación para el Desarrollo Rural de la Isla de La Palma (ADER LA PALMA). Es una organización sin ánimo de lucro que funciona como uno de los 7 Grupos de Acción Local que hay en el archipiélago canario. Su objetivo es fomentar el desarrollo sostenible de las zonas rurales en la isla, apoyando y financiando iniciativas locales. Se formó en 1991 y son los encargados de gestionar el programa LEADER en La Palma. Este programa que significa “Liaisons entre Actions du Développement Economique Rural” (Relaciones entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural) tiene como objetivos contribuir a mejorar la calidad de vida, la igualdad de oportunidades, el desarrollo sostenible y la lucha contra el cambio climático así como favorecer el incremento de nivel de empleo, emprendimiento e innovación. El último programa LEADER ha dejado en la isla 1,5 millones de euros para 80 diferentes proyectos que han creado 34 empleos. Además de gestionar este programa, ADER ha puesto en marcha una “Estrategia de desarrollo local participativo 2020” en la que todos los ciudadanos pueden participar mediante encuestas en su web, probando así la compenetración entre sociedad, asociaciones e instituciones haciendo posible la gobernanza.

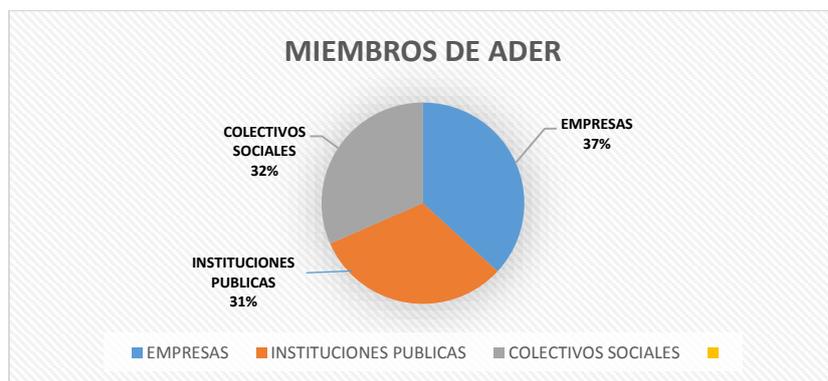


Fig. 2 .Representación de diferentes entidades dentro de ADER. (ADER, 2016)

Indicador	Periodo programático LEADER				TOTAL
	LEADER I (1991-1994)	LEADER II (1995-2001)	LEADER PLUS (2002-2007)	Eje 4 (LEADER) (2008-2015)	
Nº de proyectos	144	189	151	178	662
Nº de beneficiarios	109	109	66	62	346
Inversión total (€)	5.639.911,49	6.586.552,01	5.770.655,52	4.467.464,36	22.464.583,38
Gasto público total (€)	2.131.024,71	3.235.593,07	3.381.347,08	2.249.532,60	10.997.497,46

Fig. 3. Programa Leader en La Palma. (ADER, 2016)

Otra asociación es CIT (Centro de Iniciativa Turística Insular) formado por empresas y nacido con la idea de promover la cooperación y colaboración entre empresas del sector turístico en la isla así como promover los valores culturales y medioambientales de La Palma. CIT ofrece promoción mediante su web y guías de elaboración propia a los negocios adheridos a su red además de formación. Las empresas adheridas se identifican con una pegatina del logo de CIT en sus establecimientos. Además de esto CIT gestiona 7 oficinas de turismo de la isla en las que promociona e incluye folletos de los alojamientos, restaurantes, empresas de actividades y demás negocios que son miembros de su red.

Por último tenemos la “Plataforma La Palma Territorio Sostenible” formada por sindicatos, partidos políticos y organizaciones ecologistas, sociales y culturales. Ellos organizan diversos actos como manifestaciones, recogidas de firma o mesas de debate con el fin de mantener la isla como un territorio sostenible. En 2016 organizaron una mesa de debate sobre “Ordenación turística en La Palma y Ley Suelo” a la que participaron abogados y arquitectos entre otras personalidades para debatir los usos del suelo en la isla de La Palma.

4.3 ANÁLISIS RECURSOS TURISTICOS

4.3.1 OFERTA Y DEMANDA

El modelo de turismo es alternativo. Solo hay dos zonas en la isla con amplia oferta hotelera y aun así los hoteles en un 99 por ciento no pasan de las 200 plazas. En total en la isla hay 7824 camas entre 4326 hoteleras y 3499 extra hoteleras y se afirma que en 1890 había más hoteles que ahora. De esas plazas 1096 hoteleras y 1801 extrahoteleras están en la zona turística del municipio de Breña Baja (PROMOTUR, 2016). La oferta de alojamiento extra hotelero es de turismo rural o de apartamentos. Podemos advertir en el gráfico de abajo el estancamiento en

la creación de plazas hoteleras que se debe a la moratoria de la “Ley de las islas verdes” que afecta a la creación de plazas hoteleras y extrahoteleras en La Palma, La Gomera y El Hierro.

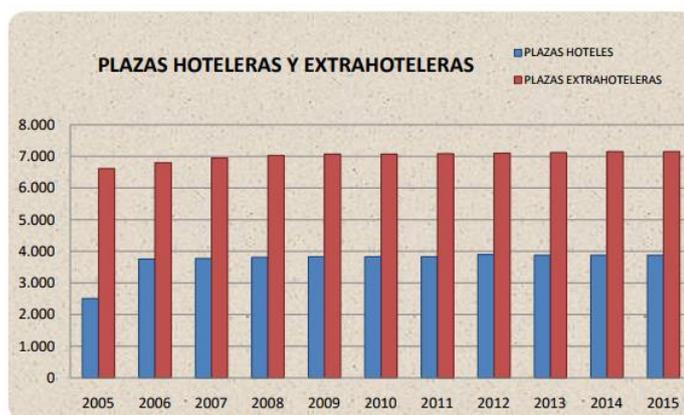


Fig. 4. Plazas hoteleras y extrahoteleras. (Reserva Biosfera a través de ISTAC, 2016)

CATEGORIA	Nº PLAZAS	Nº ESTABLECIMIENTOS
1-3 estrellas	1309	23
4-5 estrellas	3016	4
Total Hotelera	4326	27
Extrahotelera	3499	98
Total completo	7824	125

Fig. 5. Plazas hoteleras y establecimientos hoteleros por categoría. (Elaboración propia mediante datos de ISTAC, 2016)

Las actividades para realizar en la isla además de un turismo de sol y playa no masificado y concentrado en las zonas de Los Cancajos y Puerto Naos, son de tipo alternativo como pueden ser senderismo y disfrute de la naturaleza, visitas culturales a pueblos y museos, avistamiento de cetáceos o actividades de tipo gastronómico y vitícola.

El turista busca en esta isla algo diferente a lo que se busca en Tenerife. Buscan el relax, el contacto con la naturaleza y la cultura de una forma más pura y menos turística pero a la vez con una infraestructura y unos alojamientos de calidad. El gasto medio del turista es de 122

euros diarios número que ha bajado en los últimos años aunque haya aumentado el número de turistas. También ha aumentado el número de personas que gastan en actividades turísticas deportivas. Las estancias en la isla son de 10 días de media en alojamiento extra hotelero para el 43,7 %. La mayoría de turistas tienen una media de 48 años y viajan en pareja. Un 30 % alquila coche. Las principales razones para viajar son el clima, el relax, los paisajes y la oferta de turismo activo. (PROMOTUR, 2016)



Fig. 6. Perfil del turista de La Palma. (Elaboración propia a partir de datos de ISTAC, 2016)



Fig. 7. Comportamiento en la reserva de alojamiento en La Palma. (Elaboración propia a partir de datos de Promotur a través de ISTAC, 2016)



Fig. 8. Distribución de turistas según alojamiento. (Elaboración propia a partir de datos de Promotur a través de ISTAC, 2016)

4.3.2 ATRACTIVOS TURISTICOS

Los principales atractivos de la isla serían:

En cuanto a recursos naturales, el Parque Nacional de la Caldera de Taburiente, los volcanes del sur de la isla, el Parque Natural de la Cumbre Vieja, el espacio natural del Bosque de los Tilos, sus playas de arena negra y el Océano Atlántico con su reserva marina perfecta para bucear. En todos estos espacios hay actividades turísticas ya sea contratado mediante empresas o que se pueden realizar por libre.

Sobre el patrimonio hay museos arqueológicos y etnológicos repartidos por la isla que desde el Cabildo se esfuerzan en promocionar con folletos y guías. Sus fiestas típicas como los carnavales y las fiestas patronales también aparecen indicadas como recurso atractivo en la web.

La gastronomía típica de las islas está promocionada de forma superficial en la web de la isla pero se podría mejorar. Los mercados de la isla también aparecen citados por su variedad de frutas pero que de momento no son un atractivo especialmente notable.

Han sabido explotar la belleza del cielo declarando la isla reserva Starlight y organizando y señalando sendas astronómicas para observar las estrellas en la naturaleza.

Un recurso que han sabido identificar y explotar es el plátano canario. Hay en Tzacorte un Museo del plátano en el que planean actividades como talleres de elaboración de licores y recetas con plátanos. Además en Puerto Naos hay una Eco finca llamada Plátano Lógico que organiza visitas a su plantación y pequeña granja con talleres, degustaciones y actividades educativas. Esto es interesante porque junta la idea de explotar nuevos recursos con hacerlo de manera sostenible.

Otro recurso convertido en producto es la tradición de fabricación y tratamiento de la seda con técnicas milenarias en la isla para lo cual han abierto un museo en El Paso.

Por ultimo un recurso importante que intentan impulsar desde el Cabildo y la Asociación de Productores de Vino es el enoturismo especialmente en el sur de la isla. Han elaborado una Ruta del Vino recorriendo bodegas de la isla adema de una guía específica de enoturismo. Hay muchas bodegas de la isla que se han sumado a la iniciativa y han empezado a organizar catas, cursos, visitas a sus bodegas y a sus viñedos.

Una iniciativa que está tomando fuerza en la isla pero aun esta por desarrollar es el turismo de pesca. En septiembre de este mismo año se estaba realizando una propuesta de decreto para regular e impulsar actividades turísticas destinadas a revalorizar la industria pesquera. Antes de poner en marcha esta iniciativa se hicieron unos sondeos para determinar el interés delos turistas hacia esta nueva actividad. A fecha de finalización de este trabajo ya existe una empresa “La Palma Atlantic Experience Pesca” que se dedica a este especial y novedoso tipo de turismo organizando excursiones de pesca en la zona de Tazacorte.

4.4 ECOTURISMO EN LA PALMA. ANALISIS OFERTA Y DEMANDA.

4.4.1 OFERTA

La Palma cuenta con una importante Red de Espacios Naturales Protegidos que hacen de la isla un destino ideal para practicar el ecoturismo. Su paisaje incluye un total de 20 áreas terrestres protegidas y una Reserva Marina. Destacan, el Parque Nacional de la Caldera del Parque Natural de Las Nieves, el Parque Natural de Cumbre Vieja.

Debido a la demanda de turismo de naturaleza en la isla se ha invertido en infraestructura para la realización de actividades relacionadas con el disfrute de la naturaleza.

Hay centros de visitantes e interpretación, 12 áreas recreativas, 3 áreas de acampada y una red de miradores entre otras infraestructuras.

Gracias a los antiguos caminos de La Palma hoy en día contamos con una amplia Red de Senderos de más de 1.000 kilómetros de rutas señalizadas. Los senderos recorren paisajes tan diferentes como pueden ser el bosque de laurisilva de Los Tilos y los volcanes de

Fuencaliente. Están clasificados en 3 tipos: hay 2 senderos de gran recorrido, 38 de pequeño recorrido y 24 locales.

Además complementamos la oferta con turismo activo con numerosas empresas que organizan excursiones en barco, buceo, piragüismo, parapente, rutas a caballo, mountain bike, rutas en quad, espeleología, observación de estrellas.

También atrae a un numeroso grupo de turistas las pruebas deportivas de montaña como la Ultra maratón Transvulcania, que atrae tanto a corredores como periodistas o aficionados.

Por su situación geográfica y sus condiciones meteorológicas el cielo de la Palma es un escenario ideal para la contemplación de las estrellas y la práctica del turismo de astronomía. La "Ley sobre Protección de la Calidad Astronómica de los Observatorios del Instituto de Astrofísica de Canarias" de 1988 y la "Declaración Mundial sobre el Derecho a la Luz de las Estrellas" de 2007 protegen este recurso ecoturístico que se puede disfrutar gracias a la multitud de actividades que la certificación "Starlight" de turismo astronómico ha creado. Actividades tales como visitas al telescopio del Roque de los Muchachos o senderos nocturnos astronómicos guiados y señalizados.

En cuanto al tipo de alojamiento hay un total de 3499 plazas repartidas en 98 alojamientos extra hoteleros como casas, posadas u hoteles rurales (ISTAC, 2016). Según Es estudio de oferta de turismo rural de Fernandez. (2007), un 70% de los alojamientos no muestra interés en la certificación Q de calidad y aún menos propietarios muestran interés por el certificado Biosphere House. Aunque según declara la responsable de la oficina de la asociación Isla Bonita de turismo rural "Supongo que habrá un interés por parte de algunos propietarios por las certificaciones pero seguro que todos están trabajando por sustentar el medio rural y que no decaiga la comunidad local, porque esa es la idea principal detrás del turismo rural"

4.4.2 DEMANDA

La demanda de ecoturismo en La Palma es un hecho por sí mismo que ha sido mencionado y estudiado por la Universidad de La Laguna en el informe de Fernandez, C. de 2008 llamado "Análisis del mercado de turismo rural de la isla de La Palma: Estudio de la demanda conclusiones" el cual es hasta ahora el informe más detallado sobre la demanda de turismo rural y de naturaleza, tipos de turismo estrechamente relacionados con el ecoturismo.

En este estudio determina un perfil de la demanda de este turismo en La Palma comenzando por el tipo de viajero que reciben. En su gran mayoría (un 43%) los viajeros son

de edades comprendidas entre los 36 y los 45 años. Estos viajeros son en un 64% empleados o funcionarios de cargos medios cuyos ingresos familiares pasan los 2800 euros al mes. El 88% de los visitantes decide acudir a la isla en pareja.

Sobre el gasto medio del visitante este estudio determina un gasto medio por día, contando con gasto anterior y gasto en destino de 94,2 euros diarios (ISTAC, 2006). En destino son los españoles los que más gastan ascendiendo el gasto diario en destino a 50 euros por persona. Los más ahorradores en destino son los alemanes y holandeses que gastan una media de 39 euros diarios por persona.

El siguiente tema a tratar en cuanto a demanda son las razones que llevan a los viajeros a visitar La Palma. Entre los encuestados en 2006 las razones más predominantes eran la naturaleza, gastronomía y el turismo de estrellas.

En cuanto a los datos encontrados del 2016 podemos observar en el gráfico de abajo algunos de los factores que afectan directamente al ecoturismo y son motivo de atracción a la isla. En una encuesta de Promotur del 2016 sobre los diversos motivos por los que habían elegido la isla se observa una tendencia a factores naturales.

FACTOR	PORCENTAJE DE VISITANTES
Clima/sol	82%
Relax	40%
Paisajes	61%
Entorno ambiental	14%
Turismo activo	31%

Fig. 9. Factores de visita a la isla. (PROMOTUR, 2016)

Volviendo al estudio de C. Fernandez de 2006 hacen un inciso en el “perfil de comportamiento ambiental del turista” destacando unas conductas similares en los visitantes tales como acudir a esta isla por su no masificación, ser responsables tanto en sus vacaciones como en su vida diaria y orientar su gasto al beneficio de la población.

Como última apreciación sobre el comportamiento se aprecia que los alemanes son los que más repiten en la isla siendo un 49%, en segundo lugar los holandeses en un 43% y los españoles en tercera plaza con un 40% de visitantes que retornan a la isla en otras vacaciones (ISTAC, 2006)

4.5 PARQUE NACIONAL: CALDERA DE TABURIENTE

El probablemente más importante recurso natural de la isla de La Palma es el Parque Nacional de la Caldera de Taburiente. Declarado PN en 1954 esta depresión caldeiforme se extiende por 4690 hectáreas. Su enorme valor natural reside, además de en sus formaciones rocosas puntiagudas producto del hundimiento de un antiguo volcán llamadas roques, en las especies endémicas canarias que podemos encontrar allí tales como el pino canario, la chova piquirroja o el lagarto tizón. Esta gestionado conjuntamente por el OAPN y el Gobierno de Canarias. Es el 9º PN de España (MAPAMA, 2015) en número de visitantes, pero en los últimos años el número de turistas que lo visitan crece. Los visitantes del parque pueden escoger entre diversas actividades para disfrutar del entorno. Las visitas en taxi 4x4 es una actividad turística que ha surgido gracias al turismo en el parque así como numerosas empresas como Natour que organizan excursión grupales de senderismo por los numerosos senderos de la Caldera. Las rutas más transitadas son la de La Cumbrecita y la de El Barranco de las Angustias, aunque hay una gran oferta de rutas. Para los más aventureros existe la posibilidad de acampar en un área designada o de pernoctar en un refugio de montaña tras la obtención de los respectivos permisos. En cuanto a información e interpretación el parque cuenta con un Centro de Visitantes en El Paso, con un centro de servicios en el Barranco de las Angustias y con varias casetas de información en diversos puntos que abren las temporadas de alta afluencia. Además de eso podemos informarnos de los aspectos del parque gracias a la guía del parque y la guía geológica elaborada por el OAPN.

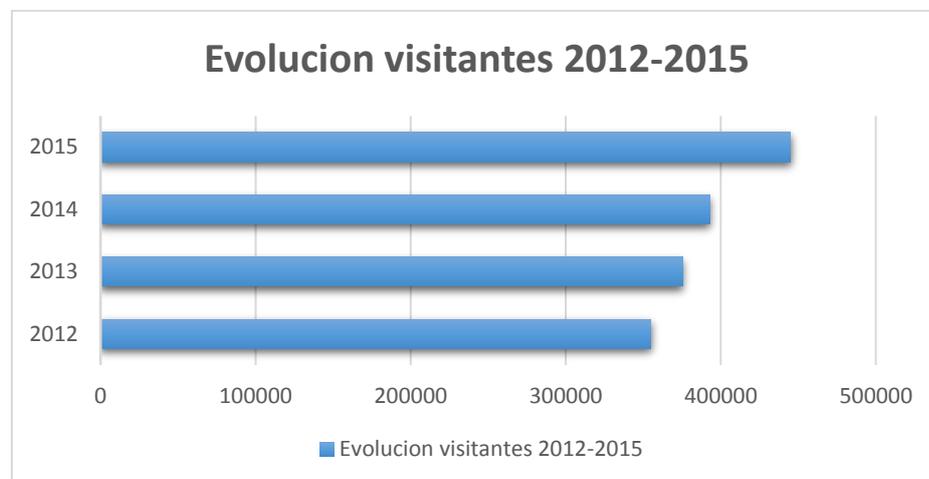


Fig.10. Evolución visitantes Caldera Taburiente. (Elaboración propia con datos extraídos de MAPAMA, 2015)

4.6 RESERVA BIOSFERA

Como se ha mencionado anteriormente, La Palma en su totalidad ha sido declarada Reserva de la Biosfera. En 1983 se declaró la zona de Los Tiles RB que posteriormente en 2002 se extendería a toda la isla. Por último en 2014 se ha ampliado la reserva a una zona marina de gran valor por su biodiversidad. En su totalidad la reserva ocupa 87251 hectáreas. Está gestionada por la Red Española de Reservas de la Biosfera que a su vez está en red con las demás RB del mundo. En un principio la zona que se declaró reserva se hizo por su increíble bosque de laurisilva datado de la Era Terciaria. Al extenderse quedaron integrados todos los Espacios Naturales Protegidos de la isla que mencionaremos en el siguiente apartado.

La Reserva de la Biosfera La Palma aboga por un turismo no agresivo con el medioambiente y que sea enriquecedor para la sociedad y la cultura. La Reserva se adhiere en 2010 al Club de Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas con el objetivo de promocionar y comercializar el turismo responsable en reservas de la biosfera. Para ello la RB de La Palma tiene en su web un apartado en el que indica los negocios que están avalados por este Club. Selecciona restaurantes que cocinan con las materias primas de la isla aunque en ningún momento utiliza el término kilómetro 0, también alojamientos que cumplen unos estándares de sostenibilidad y buen servicio, así como empresas de actividades turísticas que realizan su actividad minimizando impactos y siempre con un gran respeto por la conservación. Por último reconoce con el sello de calidad “Reservas de la Biosfera Española” algunas tiendas o establecimientos comerciales que venden productos típicos gastronómicos o artesanos palmeros.

4.7 OTROS ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

Al encontrarnos en una isla con tanta biodiversidad no es de extrañar que haya multitud de espacios protegidos. En esta tabla se resumen clasificados por el tipo de protección que tienen. En ello podemos observar la cantidad de oportunidades y territorios que hay en La Palma para hacer ecoturismo

Tipo de ENP	Numero	Nombre
Parque Natural	2	-Cumbre Vieja -Las Nieves
Reserva Natural Sitio Interés Científico	3	-Salinas de Fuencaliente -Barranco del Agua -Juan Mayor
Monumento Natural	8	-Idafe -Tubo volcánico Cueva las Palomas -Barranco de Jurado -Costa de Higuascan -Risco de la Concepción -Volcanes de Aridane -Volcanes de Teneguia -Montaña de Azufre.
Paisaje Protegido	4	-El Remo -Tamanca -Barranco de las Angustias -El Tablado
ZEPA	5	-Acantilados Las Traviesa -Cumbre y acantilados Norte -Caldera de Taburiente -Roque negro -Roque Garafia
ZEC terrestre	30	-Caldera de Taburiente -Pinar de Garafía -Guelguén -Las Nieves -Cumbre Vieja -Montaña de Azufre -Risco de la Concepción -Costa Hiscaguán -Barranco del Jorado -Malpaís de Las Manchas y cueva de las Palomas -El Tablado -Barranco de Las Angustias -Tamanca

		<ul style="list-style-type: none"> -Juan Mayor -Barranco del Agua -Los Sables -Montaña La Centinela -Montaña de la Breña -Riscos de Bajamar -El Paso y Santa Cruz de La Palma -Barlovento, Garafía, El Paso y Tijarafe -Santa Cruz de La Palma -Breña Alta -Sabinar de Puntallana -Sabinar dela Galga -Monteverde de Don Pedro – Juan Adalid -Monteverde de Gallegos-Franceses -Monteverde de Lomo Grande -Monteverde de Barranco Seco - Barranco del Agua -Monteverde de Breña Alta
ZEC marino	2	<ul style="list-style-type: none"> -Espacio marino Norte -Zona marina Sudoeste

Fig.11. Espacios Naturales Protegidos. (Elaboración Propia, datos de Turespaña, 2017)

4.8 IMAGEN DE DESTINO Y PROMOCIÓN

4.8.1 IMAGEN WEB

Cuando hablamos de La Palma hablamos de la isla que se tiene el sobrenombre de “La isla bonita” y “La isla verde”.

La primera web importante en cuanto a promoción es Visit La Palma que es gestionada por el Cabildo Insular.

Si tomamos las descripciones de la isla que se ofrecen en la página web encontramos palabras como “encanto”, “relajarse”, “rural”, “identidad canaria” o “naturaleza salvaje” que nos indican la imagen que la isla quiere proyectar, la cual es similar a la imagen que los viajeros tienen como podemos ver reflejado en las motivaciones para viajar a La Palma. De las playas dice que son tranquilas, limpias de aguas puras y arenas negras volcánicas aunque también hay

pequeñas calas con zonas de tiendas y restaurantes. Esas zonas más turísticas no tienen nada que ver con las de la vecina Tenerife, la zona de Los Cancajos se vende como una zona de pescadores con un gran atractivo submarino, hoteles románticos y comercios mientras que la zona de Puerto Naos es una zona turística pero tranquila alejada del turismo de masas.

En cuanto a la naturaleza destaca su imagen de isla para senderistas y amantes del medio natural por la presencia de una red de senderos de gran y pequeño recorrido perfectamente señalizados y con una web propia. Reiteran en sus publicaciones de promoción turística la autenticidad de sus paisajes y la poca acción de la mano del hombre. Es importante el hecho de que la isla tiene paisajes tan diferentes entre sí como lo son el bosque de laurisilva de Los Tilos, el paisaje volcánico de Teneguías o los roques de la Caldera de Taburiente.

Además de la naturaleza en la tierra podemos apreciar que hacen hincapié en la belleza del cielo al ser este declarado también bien a preservar, promoviendo actividades de visitar el telescopio del Roque de los Muchachos o de hacer rutas nocturnas para observar las estrellas en su mayor claridad en España.

En los últimos años La Palma se está posicionando como destino de relax al ofrecer tratamientos de talasoterapia, geoterapia, vinoterapia y alooterapia. Quieren ofrecer la imagen de la isla como un punto de desconexión de la ciudad y el estrés.

En cuanto a gastronomía desde el Cabildo quieren enseñar la variedad de frutas tropicales y la cocina distinta a la peninsular y convertirla en una referencia y una actividad secundaria a tomar en cuenta al viajar puesto que no es una cosa que mucha gente considera al viajar a La Palma.

En segundo lugar tenemos la web Hola Canarias gestionada por el Gobierno de Canarias. Sorprende encontrar en el apartado dedicado a La Palma que de las 8 pestañas de información que tiene 3 están dedicadas a aspectos del ecoturismo como son “observación de cetáceos”, “turismo de naturaleza”, y “observación de estrellas”. Lo primero que destaca de la isla en 3 sencillos puntos es que es Reserva de la Biosfera, que tiene la certificación Starlight y que tiene 100 kilómetros de senderos. Además de su top 6 de experiencias que no te puedes perder 3 de ellas son rutas por los volcanes, la Caldera y Los Tilos. Demuestra con todo esto la importancia que se le da a la biodiversidad de la isla a la hora de atraer turistas.

Otra página con labor de promoción es la del Consejo Regulador de la Denominación de origen Vinos de La Palma. En su página tiene un apartado dedicado al ecoturismo en el que adjuntan varios folletos y una guía creando unas rutas enoturísticas en las que visitas bodegas, parajes naturales y restos arqueológicos. Estos folletos están en español, alemán e inglés dirigiéndose así a su público más objetivo.

También la Asociación Turismo Rural “Isla Bonita” han creado un apartado dedicado a la información turística con varios folletos de enoturismo, turismo arqueológico y de museos de la isla todos ellos escritos en español y alemán debido a la gran afluencia de visitantes de ese país.

Por último, la página de turismo de Canarias enlaza a otras páginas especializadas en turismo gay friendly en las islas y a una página dedicada planificar tu boda en las islas. Esto nos indica que se quieren diversificar en imagen y atraer otros de tipos de turismo además del de naturaleza y del de sol y playa.

Por último tenemos “spain.info” la web estatal gestionada por Turespaña. En ella además de información sobre la isla y sus Espacios Naturales Protegidos encontramos que comercializan 28 experiencias de tipo ecoturístico en la isla.

4.8.2 PROMOCION PRESENCIAL Y SU PLANIFICACION

La Palma está también presente en numerosas ferias a lo largo del año ya sea en solitario o con las islas Canarias. Esta es una selección de algunas a las que ha asistido en 2017 y que aspectos de sus recursos ha promocionado. Podemos advertir la gran presencia en ferias alemanas por el interés que tiene la isla en atraer el perfil de turista alemán.

FERIA	PROMOCION
FITUR	Turismo natural, isla diferente al resto, Starlight
Helsinki	Atraer a los nuevos mercados nórdicos, senderos.
CMT Stuttgart	Turismo en general junto a las Canarias
BOOT Dusseldorf	Buceo y turismo náutico
Dresde	Turismo activo, camping.
Osnabruck	Ocio activo
Utrecht- Holanda	General, turismo activo
Austria, Viena	Turismo natural, red de senderos
Travel Market Londres	Turismo activo, senderos
INTUR Valladolid	Turismo naturaleza, general
Navartur	Tecnología aplicada al turismo
Salón náutico París	Deportes acuáticos, buceo.

Fig. 12. Ferias turísticas. (Fuentes variadas extraídas de diversos periódicos)

Además de todas estas webs, el Gobierno de Canarias ha elaborado en 2016 un “Plan de Marketing” común a las islas. En él se distinguen diferentes tipos de turismo y los diferentes mercados potenciales. Se especifica que un 5,7% de la inversión en promoción (849.517 €) va a Turismo en Espacios Naturales y un 5,9% (889.448€) va a Turismo Activo. Es una inversión pequeña si lo comparamos con el 42,6% de los 15 millones de euros que se invierten que se lleva Turismo de Sol y Playa. Después, el plan segmenta los tipos de turistas que quiere atraer y especifica que una de las ideas más importantes a transmitir en la promoción es la del excelente clima de las Canarias. Las acciones promocionales son traducidas a 15 idiomas diferentes. De los 15 millones que se invierten en esta campaña de promoción 2 millones va a España, 2 a Alemania y 2,6 a Reino Unido, demostrando así la importancia de estos mercados en el turismo de las islas.

4.9. BUENAS PRÁCTICAS EN LA PALMA

A continuación se mencionan explicadas forma de cuadro y más detalladas en las anexo, 4 buenas prácticas de las muchas sobre ecoturismo que podemos encontrar en la isla canaria. Descripciones más completas de los proyectos se pueden encontrar en el anexo.

PROYECTO	CUANDO	DONDE	DESCIPCION
Eco finca Platanológico	2013	Puerto Naos	Ecofinca que realiza visitas turísticas para conocer las plantas y frutas de la isla.
Alojamiento Casa Monarca	2014	Las Manchas	Casa rural 100% sostenible en la que se cría a la mariposa monarca
Restaurante Duende de Fuego y Ecofinca Martina Rasi	2003(finca) 2015 (restaurante)	Los Llanos	Ecofinca de cultivo sostenible que provee de alimentos al restaurante km0 Duende de Fuego
Proyecto Starlight	2012	La Palma	Actuaciones posteriores a la obtención de la certificación Starlight como la formación de 14

			guías, la publicación de un libro, la creación de 4 empresas de turismo astronómico y la creación de senderos
--	--	--	---

Fig.13. Buenas prácticas en La Palma. (Elaboración Propia, fuentes diversas)

4.10 DIAGNOSTICO DAFO

Tras analizar muy diversos aspectos del turismo y el ecoturismo en La Palma elaboramos un diagnostico por medio del sistema DAFO que más tarde nos ayudara a la elaboración de unas propuestas para mejorar el ecoturismo en la isla.

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Tamaño reducido de la isla -Orografía complicada que dificulta la creación de infraestructura -Alto riesgo de incendios -Oferta alojativa irregular -Escaso interés por certificaciones como CETS -Falta de formación en el tema ecoturismo -Poca presencia en canales de promoción y comercialización -Debilidad de marcas como el turismo enológico o gastronómico -Ausencia (o dificultad de encontrar) datos de opinión tras la visita a La Palma 	<ul style="list-style-type: none"> -Riqueza de la biodiversidad de la isla -Clima excelente -Amplia protección ambiental de sus espacios naturales -Condiciones óptimas para energías renovables -48% de la isla terreno forestal -Cercanía de todos los lugares de la isla -Cielo limpio y protegido -Modelo de turismo diferenciado del resto de las Canarias -Estructura de organizaciones gestoras de turismo -Capacidad de negociación de los diferentes -Estabilidad del marco institucional

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Aumento de recalificación de suelo para uso turístico y residencial -Pérdida de identidad cultural que puede traer el turismo -Cambio climático (sequías, tormentas) -Estancamiento del número de turistas -Sectores de la sociedad pro desarrollo turismo de masas -Posible impacto ambiental -Competencia de destinos cercanos como La Gomera -Percepción equivocada del público como Canarias=Sol y playa -Amenaza de las economías compartidas como AIRBNB. 	<ul style="list-style-type: none"> -Preocupación creciente por el desarrollo sostenible -Demanda de espacios conservados y “reales” -Nuevas técnicas de energía renovable -Avances en recuperación de especies -Especialización en turismo astronómico, volcánico y senderos -Fortalecimiento de la cultura que puede traer el turismo -Posibilidad de aumentar ingresos para invertir en infraestructura a través de la actividad turística. -Seguridad de este destino frente a otros países con posibilidades para el ecoturismo.

CAPITULO 5

PROPUESTA DE DESARROLLO

5. PROPUESTA DE DESARROLLO

Tras leer y analizar el “Plan de marketing turístico 2016”, “Plan estratégico promocional 2012-2016” y el “Estudio de segmentación del turista de sol y playa” elaborados por Promotur para el Gobierno de Canarias, considero que el hecho de que La Palma se promocioe en conjunto con las Islas Canarias y planifique su promoción y su asistencia a ferias en conjunto es perjudicial para la imagen de ecoturismo que se quiere proyectar porque la idea de las Canarias como sol y playa eclipsa cualquier otra opción que queramos promocionar. Por esa razón mi propuesta es la creación de un Plan de marketing y promoción del ecoturismo en la isla de La Palma, independiente del plan canario.

La necesidad de este plan de marketing nace de la importancia que tiene atraer un turista respetuoso y concienciado a la hora de conservar a isla. El ecoturista minimiza los impactos en sus viajes ayudando así a mantener nuestro destino autentico, sostenible, y sin deteriorar. También es importante alejarse de la imagen que las Canarias proyectan en común que es de turismo de sol y playa, puesto que no es el tipo de turismo que queremos atraer.

5.1 OBJETIVOS

Los objetivos principales que queremos alcanzar con este plan de marketing son:

En primer lugar posicionar La Palma como destino de ecoturismo a nivel europeo y a largo plazo a nivel mundial. Al ser un destino relativamente pequeño en tamaño sería lógico promocionarlo a nivel europeo, puesto que es más complicado que alguien vaya a hacer un desplazamiento tan largo para ver una isla solo.

Asegurarnos de obtener ingresos de manera sostenible es una prioridad también, beneficiando a toda la sociedad y no a empresa extranjeras. Se llevarían a cabo acciones que beneficiaran a la empresa local sobre las compañías extrajeras.

Otro objetivo sería romper la estacionalidad de verano ya que al ser nuestro destino un lugar con un clima fantástico todo el año podemos promocionarlo y atraer turistas todo el año mediante diferentes campañas y eventos para cada estación.

Además, una vez atraído el tipo de turista que queremos a través del posicionamiento, otro objetivo sería crear fidelidad en los ecoturistas, es decir que repitieran sus vacaciones en La Palma y que además corrieran la voz sobre sus buenas experiencias en la isla.

Por último un objetivo sería segmentar los diferentes tipos de turistas que visitan la isla para poder ofrecerles una promoción y una oferta de la isla más personalizada.

Para conseguir estos objetivos va a haber que enfrentarse a una serie de retos que hacen difícil el desarrollo de esta propuesta

En primer lugar está la deficiente conectividad aérea con la península y con el resto de Europa puesto que generalmente el viaje incluye una o dos escalas hasta aterrizar en La Palma.

En segundo lugar está la adaptación a los rápidos cambios y tendencias en demanda, que hacen que los productos turísticos estén rápidamente obsoletos y crean la necesidad de introducir productos innovadores y competitivos en calidad constantemente y de renovar los productos ya existentes.

Por último un gran reto es también alejarse la influencia que la marca Islas Canarias tiene y del control en temas promocionales que el Gobierno de Canarias ejerce sobre todas las islas.

5.2 ACCIONES

Antes de llevar a cabo acciones promocionales se deben hacer ciertos análisis de la situación como podrían ser un estudio de mercado, identificar segmentos a los que queremos dirigirnos, identificar productos potenciales que queremos promocionar y que van a interesar a nuestros potenciales viajeros. También determinar los canales de información más adecuados para cada segmento.

El primer objetivo de posicionamiento se llevaría a cabo principalmente acudiendo a las diversas ferias que hay en territorio nacional e internacional. Actualmente, como ya se ha mencionado, La Palma acude a la gran mayoría de ferias de España y a algunas ferias europeas en conjunto con las Islas Canarias. Lo que se propone para España es un stand diferenciado para La Palma en el que se informe y se haga hincapié en las diferencias de esta isla con el resto de las Canarias. En el ámbito internacional hemos visto que los países que más turistas

mandan son Alemania y los Países Bajos. Para ellos habría que crear y traducir contenido y folletos para llevarlo a sus países a la hora de promocionar in situ. Esta promoción se podría llevar a cabo asistiendo a ferias solo como la isla de La Palma especialmente en ferias dedicadas al buceo como Inter Dive en Berlín o al turismo de senderismo y aventura como Vakantiebeurs en Utrecht.

Para el segundo objetivo de beneficiar y fomentar el consumo de hoteles y restauración gestionados por palmeños se podrían llevar a cabo acciones de promoción selectiva. Una idea sería dar prioridad a los hoteles, restaurantes o casas rurales gestionadas localmente en los folletos, páginas web de la isla o guías que se puedan editar. Organizar concursos o rutas de tapas es un efectivo método para llenar los bares y restaurantes de gente local y no local.

Para desestacionalizar la isla se puede acudir a los diferentes eventos que se realizan en La Palma para atraer turistas en diferentes momentos del año para atender a diferentes acontecimientos. La fiestas más importantes son el “día de la cruz” en mayo, los carnavales, la “bajada de la virgen” en julio, y el “festival de cine chico de Canarias”. Además de eso se están organizando constantemente festivales de ron o concursos de vinos, de cortos o gastronómicos que pueden servir para atraer al turista durante todo el año. Actualmente el evento que más atrae es la ultra maratón Transvulcania, que atrae a deportistas, prensa y visitantes durante unos días.

Para cumplir el objetivo conseguir que el turista retorne a la isla contamos ya con unos datos muy favorables sobre el porcentaje de los que llaman “enamorados de la isla” como ya se ha expuesto en el capítulo 4. Aun así estos datos son malos comparados con otras de las islas que tienen porcentajes más altos (ISTAC, 2016). Para conservar e incluso aumentar esos números es importante desarrollar nuevos productos o renovar los existentes pues la falta de oferta complementaria a los paisajes es una causa del no retorno de los turistas (ULL, 2016) Pero a la vez no cambiar demasiado en la isla, pues las personas que retornan ahora mismo lo hacen por la autenticidad, la naturaleza y el relax (ISTAC, 2016)

Por ultimo debemos segmentar para crear una promoción y una oferta especializada a los diferentes tipos de viajeros. La segmentación que se expone a continuación está basada en el Plan de Marketing de las Islas Canarias (PROMOTUR, 2016) pero se puede aplicar también al destino de La Palma. En este plan se mencionan los diferentes tipos de turistas que visitan las Canarias. Se ha extraído los tipos de turistas que se ajustan al perfil que sería idóneo para desarrollar el ecoturismo en La Palma

Primero estarían los turistas llamados “sol y playa exploradores” que como motivación principal tienen el relax que la playa ofrece pero a la vez quieren realizar alguna actividad de más contacto con la naturaleza o la cultura de la isla.

Después tenemos a los “exploradores de la naturaleza” que son la definición de ecoturista, movidos por la naturaleza y el deseo de aprender y fundirse con la cultura, son el tipo de turista perfecto para la isla.

Los “senderistas” viajan con el objetivo de andar y andar, gastando quizás menos dinero por el hecho de estar mucho tiempo andando. También se interesan por otras actividades de tipo cultural o gastronómico pero menos que los anteriores.

Los “activos” son motivados por la gran oferta de turismo activo que ofrece el destino y suelen consumir a parte gastronomía.

Los “amantes del submarinismo” viajan a destinos ideales para practicar de lleno el submarinismo en sus vacaciones.

El reto con estos dos últimos segmentos es ofrecer unas actividades diferentes y complementarias de calidad para que conozcan más facetas de la isla.

5.3 METAS ESPERADAS Y CONCLUSIONES

Para realizar estos planes de promoción contamos con una serie de medios por los que comunicarse. Los medios son de 3 tipos: propios, pagados y ganados. Los propios son las plataformas online de promoción como la página web o los perfiles en redes sociales. Los pagados serían los anuncios pagados en webs, periódicos y revistas y la asistencia a ferias en las que promocionen especialmente el ecoturismo. Por último los ganados serían los artículos que se escribieran sobre la isla o la viralidad que pueda tener nuestra promoción en redes sociales, además de los propios visitantes que comparte su buena experiencia con amigos, familiares o en redes sociales,

Las metas que se podrían esperar serían una mayor afluencia de turistas alemanes y holandeses gracias a la promoción en el exterior, el aumento del gasto en general y más concretamente en producto y servicios locales gracias a las iniciativas de impulso, suavizar la estacionalidad creando picos de llegada de turistas por eventos durante el año, y el desarrollo o mejora constante de productos turísticos.

Por último el obstáculo más significativo a la hora de llevar este plan a la práctica es, el bajo presupuesto de La Palma para turismo y para promoción comparado con el presupuesto

general de las Islas Canarias cuando se promocionan juntas, lo cual limitaría la cantidad de ferias a las que se puede asistir y de dinero que se puede invertir en nuevas campañas publicitarias. Otro obstáculo relacionado sería la potencia que tiene la marca Islas Canarias que al promocionarse en grupo quizás eclipse nuestro plan promocional pues es más conocida y tiene más influencia que la marca La Palma Isla Bonita.

CAPITULO 6

CONCLUSIONES

6. CONCLUSIONES

En este trabajo se ha analizado la situación del ecoturismo en España y en La isla de La Palma prestando especial atención a caracterizar la gestión y promoción de este. Se ha observado que el ecoturismo es claramente una tendencia que está a la alza y no para de crecer. Esto nos lleva a la necesidad de una regulación y una planificación de este tipo de turismo para minimizar los impactos que tiene el medio y en la sociedad. También hay una necesidad muy grande de generar conciencia sobre la protección de las culturas y del medio ambiente y, que mejor manera de hacerlo que hacerlo que viajando.

Se ha comenzado con un análisis del ámbito europeo y español presentando la multitud de organizaciones de certificación y gestión del ecoturismo, denotando así el interés por desarrollar este tipo relativamente nuevo de turismo de una manera ordenada y beneficiosa tanto para la sociedad como para la naturaleza.

El gobierno español también se ha unido a este interés y durante los últimos 10 años ha sabido identificar el problema que trae el turismo de masas y ha propuesto diferentes alternativas como el turismo rural o de naturaleza. Mediante la creación de unos planes estratégicos ha fijado unas metas y una serie de acciones protectoras, incentivadoras y promocionales para regular la actividad turística alternativa al turismo de sol y playa.

Sobre la isla de La Palma se ha analizado la gran variedad de recursos naturales, culturales y gastronómicos que hacen de la isla un destino perfecto para desarrollar el ecoturismo de manera sostenible. El gobierno de la isla es consciente de esto promocionan la isla como un destino verde y natural. Saben bien quien es su público objetivo y crean contenido en diferentes lenguas y acuden a diversas ferias para atraer a los que saben que son turistas responsables.

Se ha comprobado que hay diversas asociaciones en la isla defendiendo diferentes intereses ya sean económicos, ecológicos o sociales, haciendo posible la gobernanza y la decisión entre todas las partes de la sociedad sobre el futuro sostenible de la isla.

En cuanto a la propuesta de promoción de la isla se ha analizado el plan de marketing conjunto de las Islas Canarias observando las posibles mejoras al tratarse de un plan que no promociona la singular situación de La Palma sino que mete a todas las islas en un mismo grupo de turismo de sol y playa con opción a visitar un parque natural. Por esa razón se ha visto

la necesidad de una promoción más diferenciada del resto de las Canarias. Se ha observado también la necesidad de una segmentación a la hora de promocionar porque no solo basta con tener la oferta ecoturística necesaria, sino que también hay que traer al tipo de turista adecuado. Ese ecoturista nos va a hacer más fácil y ayudar en la tarea de mantener la sostenibilidad en la isla con su turismo responsable e interesado en aprender e involucrarse con la comunidad.

En conclusión se observa que está en manos de los dirigentes de La Palma ayudar con su planificación a crear un destino aún más sostenible o destruirlo con turismo de masas si lo promocionan de la manera inadecuada. También una gran responsabilidad reside en los turistas y en sus elecciones una vez en la isla para mantener La Palma tan bella y auténtica como es, sin perder su naturaleza, cultura y sus gentes que la hacen tan especial.

En algún momento todos nosotros hemos sido, somos o seremos turistas en algún lugar lejos o cerca de casa. En ese momento tenemos que preguntarnos el impacto que tienen nuestras decisiones y acciones en la gente y el entorno del lugar que estamos visitando. Elegir una posada en vez de un hotel de una cadena multinacional o un restaurante local en vez de una cadena de comida rápida. Interesarse por la cultura, museos y gastronomía local o visitar una ciudad para salir de fiesta e irse. Todas nuestras acciones tienen un gran impacto y aunque sea casi imposible cambiar la idea de turismo moderno masivo que tenemos ahora, cada uno de nosotros puede ser un turista responsable en su próximo viaje con pequeñas acciones que quizás a la larga tengan un gran impacto.

CAPITULO 7
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADER La Palma (2017). *El Cabildo y ADER celebran el 'Encuentro de astroemprendedores'*. Obtenido de <http://www.aderlapalma.org/cabildo-ader-celebran-encuentro-astroemprendedores/>

ADER La Palma (2014). *ADER cierra la convocatoria de proyectos bajo Metodología LEADER con 450.000 euros en ayudas en desarrollo rural durante 2014*. Obtenido de <http://www.aderlapalma.org/ader-cierra-la-convocatoria-de-proyectos-bajo-metodologia-leader-con-450-000-euros-en-ayudas-en-desarrollo-rural-durante-2014/>

AENA (2017) *Tráfico de pasajeros, operaciones y carga en los aeropuertos españoles*. Obtenido de http://www.aena.es/csee/ccurl/83/1019/01.Estadisticas_Enero_2017.pdf

Asociación Turismo Rural La Palma isla Bonita (2018). <https://islabonita.com/>

Brundtland Commission, (1987). *Our Common Future: Brundtland Report*. Obtenido de <https://web.archive.org/web/20111003074433/http://worldinbalance.net/intagreements/1987-brundtland.php>

Cabildo Insular de La Palma (2018) Obtenido de <http://www.cabildodelapalma.es/portal/principal.jsp?codResi=1>

Ceres-Ecotur - Red de Turismo Rural Ecológico (2018) Obtenido de https://www.ecotur.es/ecoturismo-turismo-ecologico-y-responsable-casas-rurales/menu/ecoturismo_2483_1_ap.html

CIT TEDOTE La Palma (2018) *Centro de Iniciativas y Turismo*. Obtenido de <http://www.lapalmacit.com/quienes-somos.html>

Club del ecoturismo en España (2018). Obtenido de <http://soyecoturista.com/>

ECEAT - European Centre for Ecological and Agricultural Tourism (2018) Obtenido de <http://www.eceat.org/>

Epler Wood, M (2002). *Ecotourism principles, practices and policies for sustainability*. United Nations Publications

EUROPARC, (2015). *Sustainable tourism in protected areas*. Obtenido de <http://www.europarc.org/sustainable-tourism/>

EUROPARC (2016). *Anuario 2016 del estado de las áreas protegidas en España*. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. Obtenido de <http://www.redeuroparc.org/observatorio/anuario2016>

EUROPARC-España, Gómez-Limón, J, Guzmán, A y De Andrés, A, (2010) *Guía para la adhesión de las empresas turísticas a la Carta Europea de Turismo Sostenible en espacios protegidos*. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid.

El Apuron (2018) *La Palma afronta días de gran actividad promocional turística con su presencia en cuatro ferias del sector*. Obtenido de <https://elapuron.com/noticias/economia/111453/la-palma-afronta-dias-gran-actividad-promocional-turistica-presencia-cuatro-ferias-del-sector/>

El Apuron (2016) *La fidelización del turista que visita La Palma es la más baja de Canarias*. Obtenido de <https://elapuron.com/noticias/economia/96894/la-fidelizacion-del-turista-visita-la-palma-la-mas-baja-canarias/>

Enlaces a diversas atracciones turísticas de La Palma. <http://www.platanologico.es/>
<http://lashilanderaselpaso.com/> <http://www.vinoslapalma.com/>

Gobierno de Canarias (2018) *Observatorio turístico*. Obtenido de http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/estadisticas_y_estudios/index.html

Hola Islas Canarias (2018). *La Palma*. Obtenido de <https://www.holaislascanarias.com/la-palma/>

Instituto de turismo de España (2014) *Plan integral de turismo rural*. Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

ISTAC, (2017) *Evolución del perfil del turista (2017)*. Obtenido de http://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur_la_palma_evolucion_13-17.pdf

ISTAC, (2017) *Oferta alojativa de La Palma*. Obtenido de http://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur_plazas_alojativas_municipios_2011-2017_la_palma.pdf

ISTAC, (2016) *Perfil del turista que visita La Palma*. Obtenido de http://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur_la_palma_2016.pdf

Guzmán, A (2016). TUREBE. *Agrupación empresarial innovadora. Ecoturismo responsable en la biosfera. Club ecoturismo en España*. Obtenido de http://www.mapama.gob.es/es/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/turismo-sostenible/turebe-amanda-guzman_tcm30-168753.pdf

La Palma Atlantic Experience (2018) *Pesca Deportiva*. Obtenido de <http://www.lapalmaexperience.com/>

La Palma Ahora (2016). *Los empresarios del suroeste de La Palma apoyan la iniciativa del Cabildo para las 'islas verdes'*. Obtenido de https://www.eldiario.es/lapalmaahora/economia/empresarios-suroeste-Palma-iniciativa-Cabildo_0_541046187.html

La Palma Territorio Sostenible (2016-2017) *Diversas noticias*. Obtenido de https://www.eldiario.es/lapalmaahora/politica/Plataforma-Palma-Territorio-Sostenible-Suelo_0_566243751.html https://www.eldiario.es/lapalmaahora/politica/Plataforma-Territorio-Sostenible-Palma-Suelo_0_576742694.html

Ministerio de agricultura, alimentación y medio ambiente. (2013). *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*.

Ministerio de industria, turismo y comercio (2007). *Plan de turismo español Horizonte 2020*. Obtenido de http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Documentos%20Vision%20Destino%20Espaa/Plan_Turismo_Espa%C3%B1ol_Horizonte_2020.pdf

Ministerio de agricultura, pesca, alimentación y medioambiente (2018) *Parque nacional de Caldera de Taburiente*. Obtenido de <http://www.mapama.gob.es/es/http://www.mapama.gob.es/es/red-parques-nacionales/nuestros-parques/taburiente/>

Moreno Gil, S (2012) *Plan estratégico promocional Islas Canarias 2012-2016*. PROMOTUR, Instituto de Investigación de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y la Cátedra UNESCO de Planificación Turística y Desarrollo Sostenible de la ULPGC.

Promotur (2016) *Estudio de segmentación del turista de sol y playa*. Obtenido de <http://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/Estudio%20Segmentacion%20Turista%20Sol%20y%20Playa.pdf>

OMT, 2002. *El mercado inglés del ecoturismo*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas>

RERB, (2017) *Estrategia de Turismo Sostenible en la Red Española de Reservas de la Biosfera*. Obtenido de <http://rerb.oapn.es/documentacion-y-difusion/publicaciones-y-documentos>

Red de Senderos de la Palma (2018). Obtenido de <http://www.senderosdelapalma.es/>

Reserva mundial de la biosfera de La Palma (2018) Obtenido de <http://www.lapalmabiosfera.es/es>

Rodríguez de la Cruz, F. (2007) *Plan territorial especial de ordenación de la actividad turística en la isla de La Palma*. Obtenido de <http://www.cabildodelapalma.es/portal/principal.jsp?codResi=1>

TIES, 2015. *TIES Announces Ecotourism Principles Revision*. Obtenido de <http://www.ecotourism.org/news/ties-announces-ecotourism-principles-revision>

TIES (2006) *Hoja informativa del ecoturismo global*. Obtenido de <https://ibgeography-lancaster.wikispaces.com/file/view/TIES+GLOBAL+ECOTOURISM+FACT+SHEET.PDF>

Turespaña (2018) Obtenido de <https://www.spain.info/actividades/resultadosBusquedaExperiencias.html?l=es&prov=EQH&cat=&submit=Buscar>

Turismo Starlight (2018). Obtenido de <http://lapalmaestrellas.com/>

Visit La Palma (2018) Obtenido de <http://www.visitlapalma.es/>

CAPITULO 8
ANEXOS

ANEXO I
TABLAS, MAPAS, FOLLETOS Y OTROS DOCUMENTOS RELEVANTES
ECOTURISMO EN LA PALMA
Irene Fernández Sáez

Figura 1: Tráfico Aéreo por nacionalidades (ISTAC)

	2016 TOTAL (p)	2015 TOTAL	2014 TOTAL	2013 TOTAL	2012 TOTAL
TOTAL CLASES DE TRÁFICO					
La Palma					
Alemania	91.226	76.373	64.675	65.183	80.265
Bélgica	5.413	4.862	4.388	5.289	4.842
Finlandia	252	0	0	0	0
Noruega	591	0	0	0	0
Países Bajos	23.625	18.325	18.583	18.065	16.851
Reino Unido	27.692	23.883	16.485	14.169	18.036

Figura 2: Tráfico aéreo por años (ISTAC)

	2016 TOTAL (p)	2015 TOTAL	2014 TOTAL	2013 TOTAL	2012 TOTAL
Regular					
La Palma					
Resto de España	69.623	55.395	34.684	25.850	37.191
Extranjero	122.817	83.285	62.229	62.519	77.186
No regular					
La Palma					
Resto de España	4.026	7	0	1.043	52
Extranjero	45.021	42.668	43.934	41.920	44.698

Figura 3: Mapa de Natura 2000 (Europarc)

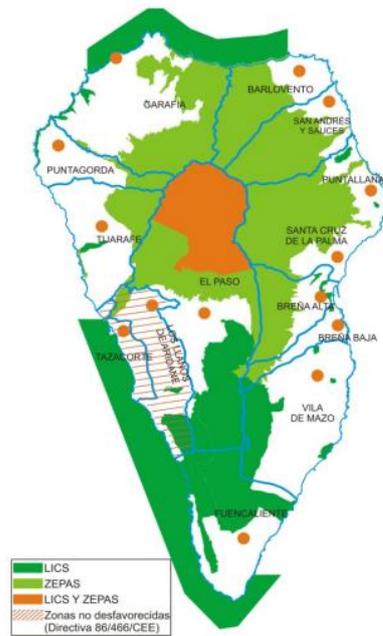


Figura 4: Red de senderos de la Palma (Cabildo Insular)

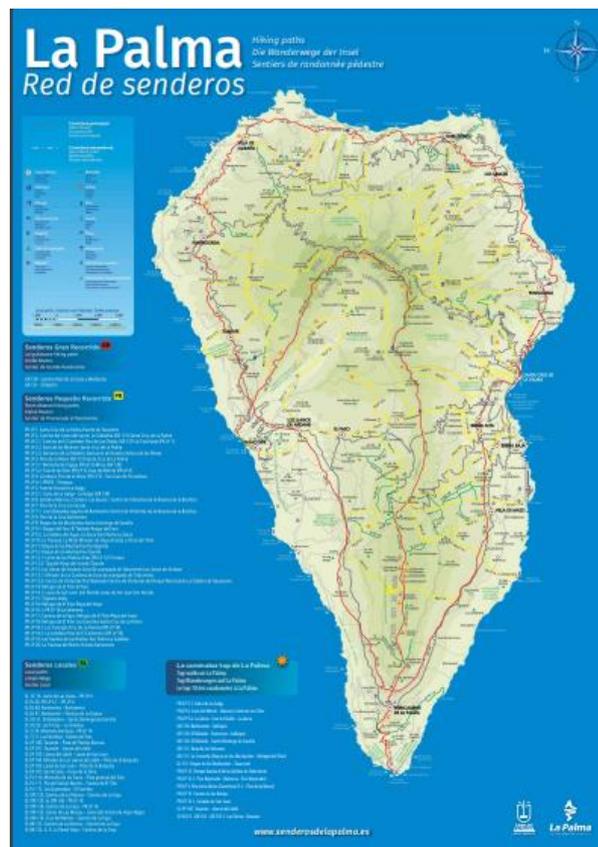


Figura 5: Folleto de la Casa Roja (Asociación Isla Bonita)


AYUNTAMIENTO DE
VILLA DE MAZO

Casa Roja

**CENTRO DIVULGATIVO
DEL CORPUS**
" Fronleichnamsmuseum "

MUSEO DEL BORDADO
" Stickereimuseum "



PLANTA ALTA
MUSEO
DEL
BORDADO



HORARIO
Lunes a Sábados
10:00 a 14:00 - 15:00 a 18:00 h.
Domingos
10:00 a 14:00 h.

INFORMACION
C/. Maximiliano Pérez Díaz
38730 Villa de Mazo
Tfno.: 922 42 85 87
Fax: 922 430 308
www.islabonita.com

LOCALIZACION
Lage



Figura 6: Folleto parque arqueológico de Belmaco (Asociación Isla Bonita)

MUSEO ARQUEOLÓGICO • GRABADOS RUPESTRES • CUEVAS DE HABITACIÓN...

HORARIO
OFFENUNGSZEITEN
VISITING TIMES

Lunes a Sábados Montags bis samstags Monday to Saturdays	Domingos Sonntags Sunday
10:00 - 18:00 h.	10:00 - 15:00 h.

INFORMACIÓN
INFORMATION

CARRETERA HOYO DE MAZO A FUENCALIENTE, Km 7
38730 LOMO OSCURO - VILLA DE MAZO

Tfno.: 922 696 074
Tfno. y Fax: 922 430 308
www.islabonita.com


ILITMO: AYUNTAMIENTO DE VILLA DE MAZO

 **ASOCIACIÓN TURISMO RURAL - ISLA BONITA -**  **EXCMO. CABILDO INSULAR DE LA PALMA**

 **INICIATIVA COMUNITARIA LEADER II ADER - LA PALMA**

 **EUROPEAN UNION**

PARQUE ARQUEOLÓGICO DE BELMACO

ARCHÄOLOGIEPARK BELMACO

ARCHAEOLOGICAL SITE BELMACO

**Villa de Mazo
LA PALMA
Islas Canarias**

Figura 7: Logos de asociaciones y gobierno de La Palma (Fuentes variadas)



Figura 8: Logos de organizaciones de gestión y promoción del ecoturismo europeas y españolas (Fuentes variadas)



Figura 9: Ferias de Turismo en Alemania y Holanda

(<http://www.world-tourism-exhibitions.com/>)

GERMANY	
HAMBURG Neustadt in Holstein 25.05.2018 — 27.05.2018	HANSEBOOT ANCORA BOAT SHOW 9th In-Water Boat Show
FRANKFURT am Main 06.06.2018 — 10.06.2018	VELOFrankfurt 2018 - die Erlebnismesse rund ums Fahrrad Bicycle Exhibition and Cycling Travel & Adventure
BERLIN 06.06.2018 — 08.06.2018	HI Design EUROPE 2018 Business Forum in the Hotel Interior Design Industry. Meetings, Supplier Showcase, Seminars, Networking
FRIEDRICHSHAFEN 17.06.2018 — 20.06.2018	OutDoor European outdoor trade fair. For trade visitors only
BERLIN 19.06.2018 — 20.06.2018	AVIATION DATA SYMPOSIUM IATA event open to all
KÖLN 03.07.2018 — 04.07.2018	RDA Group Travel Expo Trade Fair to Group Tours, organized by RDA Workshop Touristik Service GmbH
DUESSELDORF 31.08.2018 — 02.09.2018	TOURNATUR - die Outdoor Messe FREIHEIT PUR. Messe fuer Wandern und Trekking. Hiking & Trekking Exhibition
KOELN 18.09.2018 — 19.09.2018	fvw KONGRESS & fvW TRAVEL EXPO 2018 Congress & Trade Exhibition for Tourism, Business Travel and Travel Technology
FRIEDRICHSHAFEN 20.09.2018 — 23.09.2018	InterDive - Tauchen, Schnorcheln & Reisen Diving, Snorkelling & Travel: International annual trade show for the diving & travel industries. Exhibition & specialized seminars. Tailor-made trips to every dive site all over the world
FRIEDRICHSHAFEN 22.09.2018 — 30.09.2018	INTERBOOT International Water Sports Exhibition & Maritime Travel Market with INTERSURF (International Surf Exhibition)

DORTMUND 03.10.2018 — 07.10.2018	UNTERWEGS - FREIZEIT + REISEN Leisure, Travel, Sports and Holiday Exhibition incorporated in the DORTMUNDER HERBST Messe
ESSEN 14.10.2018 — 16.10.2018	GastroTageWest Trade Fair Gastronomy, Hotel & Catering
HAMBURG 17.10.2018 — 21.10.2018	HAMBURG BOAT SHOW FROM THE INDUSTRY - FOR THE INDUSTRY. Event sections: Sail & Motor Boats. Equipment & Services. Water Sports. Maritime Travel
FREIBURG 18.10.2018 — 21.10.2018	CARAVAN Live Camping, Caravan & Motorhome Trade Fair
POTSDAM 02.11.2018 — 03.11.2018	REISEBOERSE POTSDAM Herbst 2018 20th Potsdam Travel Fair
BREMEN 09.11.2018 — 11.11.2018	REISELUST International Holiday Fair
HAMBURG 09.11.2018 — 10.11.2018	Travel&Fun Hamburg Messe fuer Reisen und Freizeit. Travel & Leisure trade fair
ROSTOCK 18.11.2018 — 21.11.2018	GastRo Annual trade fair of the Hospitality, Hotel and Catering industries
LEIPZIG 21.11.2018 — 25.11.2018	TC - Touristik & Caravaning 2018 International Holiday & Travel Fair including: Cruises, Health & Wellness Holidays, Outdoor Activities, Camping & Caravaning, and the Cycling Exhibition "abgefahren"
BERLIN 29.11.2018 — 02.12.2018	BOOT & FUN BERLIN Boat Show and Water & Outdoor Sports Exhibition
CHEMNITZ 04.01.2019 — 06.01.2019	REISEN & CARAVANING - URLAUBSMESSE Travel, Tourism & Outdoor Exhibition
MAGDEBURG 04.01.2019 — 06.01.2019	TOURISMA & Caravaning Exhibition for Tourism, Holidays, Travel, Wellness, Leisure, Cruises, City Breaks, Caravaning, Outdoor Activities
STUTTGART 12.01.2019 — 13.01.2019	FAHRRAD- & ERLEBNISREISEN mit Wandern International Exhibition for Cycling and Adventure Holidays with Hiking. A special section of CMT
STUTTGART 12.01.2019 — 20.01.2019	CMT - Die Urlaubs-Messe Annual International Exhibition for Holidays, Caravaning, Camping, Motoring, Tourism
NUERNBERG 13.01.2019 — 15.01.2019	HOGA Biennial Trade Fair for the Hotel, Gastronomy & Catering Industries
ROSTOCK 18.01.2019 — 20.01.2019	VIVA TOURISTIKA Rostock Exhibition for Organized & Individual Travel, Cycling Travel, Camping and Caravaning
DUESSELDORF 19.01.2019 — 27.01.2019	BOOT Duesseldorf International Boat Show, Marine Products & Water Sports Exhibition
DRESDEN 25.01.2019 — 27.01.2019	REISEMESSE DRESDEN Erlebnis-Urlaub-Caravaning. Holiday, Travel & Camping/Caravaning Exhibition
OLDEBURG 25.01.2019 — 27.01.2019	CFR - Caravan Freizeit Reisen Caravan, Leisure & Travel trade fair
HANNOVER 30.01.2019 — 03.02.2019	abf - Messe fuer aktive Freizeit International Holiday & Leisure Trade Fair. Event sections: Reisen & Urlaub - Caravaning & Camping - Aktiv & Fit - Bicycle & Outdoor
LUDWIGSHAFEN 02.02.2019 — 03.02.2019	TOURISTIKMESSE LUDWIGSHAFEN REISEN-FREIZEIT-OUTDOOR-GENUSS. Aktiv- & Reismesse in der Metropolregion Rhein-Neckar-Pfalz
HAMBURG 06.02.2019 — 09.02.2019	oohh! Die FreizeitWelten der Hamburg Messe Annual International Holiday, Cruise, Caravaning and Cycling Exhibitions. Concurrent Events: REISEN HAMBURG: Die FreizeitWelt fuer Urlauber. KREUZFAHRTWELT HAMBURG: Die FreizeitWelt fuer Kreuzfahrer. CARAVANING HAMBURG: Die FreizeitWelt fuer Camper. RAD HAMBURG: Die FreizeitWelt fuer (E-)Biker.
HAMBURG 16.02.2019 — 17.02.2019	KulturReisemesse Hamburg Cultural Travel Exhibition
HAMBURG 02.04.2019 — 04.04.2019	AIRCRAFT INTERIORS EXPO Annual exhibition exclusively concerned with airline interior design and airline cabin systems engineering

HAMBURG 11.09.2019 — 13.09.2019	SEATRADE EUROPE 2019 Cruise & River Cruise Convention. A biennial event organized by SEATRADE
AMSTERDAM 08.01.2018 — 11.01.2018	HORECAVA International Trade Fair for the Hotel & Catering Industries
UTRECHT 10.01.2018 — 14.01.2018	VAKANTIEBEURS Utrecht International Tourism & Recreation Fair
HARDENBERG 23.02.2018 — 25.02.2018	Kampeer & Vrije Tijd Caravaning, Camping, Biking and Leisure Exhibition. Motorhomes, Products and Services
AMSTERDAM (RAI) 11.04.2018 — 13.04.2018	HITEC AMSTERDAM Hospitality International Technology Exposition & Conference produced by HFTP (Hospitality Financial & Technology Professionals)
AMSTERDAM 15.05.2018 — 17.05.2018	Phocuswright EUROPE 2018 Conference & Workshops. An annual Phocuswright event bringing together top executives in the travel and hospitality space to discuss the future of travel
LELYSTAD 04.09.2018 — 09.09.2018	HISWA TE WATER 2018 HISWA In-Water Boat Show: Sailboats - Motoryachts - Water Sports
AMSTERDAM 23.09.2018 — 27.09.2018	EAS - Euro Attractions Show 2018 Annual event of IAAPA (International Association of Amusement Parks & Attractions). CONFERENCE: September 23-27. EXPO: September 25-27
HARDENBERG 28.09.2018 — 30.09.2018	Camper BEURS Camping and Caravaning Fair
LEEWARDEN 13.11.2018 — 18.11.2018	AEHT (European Association of Hotel & Tourism Schools) 31st Annual Conference

ANEXO II BUENAS PRÁCTICAS

BUENAS PRACTICAS ESPAÑA

CAMINOS DEL ARTE

(extraído de Guía de buenas prácticas de turismo rural, MAPAMA)

En 2007 la Diputación de Salamanca apostó firmemente por potenciar el turismo activo en la provincia, en concreto el senderismo, buscando un formato diferenciado y específico que implicará nuevas formas de entender el turismo y la cultura, y también un valor añadido tanto para el visitante como para la propia población local. Como marco se eligió la Sierra de Francia, una comarca de larga trayectoria turística con importantes potencialidades como son el Parque Natural de Las Batuecas-Sierra de Francia, cinco municipios declarados Conjunto Histórico, entre ellos La Alberca, y un colectivo de artistas llamado OMA, con acciones en la zona desde 1994. Tras varios análisis y estudios se elaboró un proyecto de intervención basado en el concepto de arte en la naturaleza, plasmado en la realización en ese año de un camino circular, el Camino del Agua, que conjugara lo natural y lo etnográfico-cultural. Esta intervención en el paisaje incluía la colocación de varias piezas escultóricas en el Camino que proporcionaban nuevas miradas al caminante. Este camino constituyó el primero de una serie de cuatro, en definitiva del proyecto “Caminos de Arte en la Naturaleza”, que gradualmente se han ido abriendo hasta concluir en 2013.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Al sur de la provincia salmantina, en la Sierra de Francia, y promovidos por la Diputación de Salamanca, se han abierto al público cuatro Caminos de Arte en la Naturaleza. Se trata de una original propuesta de turismo activo, que implica a ocho municipios combinando el patrimonio medioambiental del Parque Natural de Las Batuecas-Sierra de Francia, con el patrimonio etnográfico y el histórico-cultural de los cinco municipios declarados conjuntos históricos: La Alberca, Sequeros, San Martín del Castañar, Mogarraz y Miranda del Castañar. Y todo ello con obras y aportaciones plásticas que enfatizan el paisaje y sorprenden al visitante. Son el Camino del Agua, entre Mogarraz y Monforte; el Camino de las Raíces, en La Alberca; el Camino Asentadero-Bosque de los Espejos, que une S. Martín del Castañar, Sequeros y Las Casas del Conde; y el Camino de los Prodigios, que transcurre entre Miranda del Castañar y Villanueva del Conde. El trazado de todos ellos es circular y la longitud varía entre 7 y 10 kilómetros.

OBJETIVOS

- Promover el conocimiento, disfrute y respeto de la biodiversidad del entorno, en concreto del Parque Natural Las Batuecas-Sierra de Francia, integrado en la Reserva de la Biosfera Sierras de Béjar y de Francia.

- Aproximar el arte contemporáneo al público, en un marco distinto del habitual, que dialogue de manera fluida y respetuosa con la naturaleza existente.

- Acercar el patrimonio histórico, etnográfico y cultural al visitante, sus significados y la necesidad de su conservación.

- Dinamizar el territorio, concienciando a la población local de los valores de la propuesta y favoreciendo la llegada de nuevos visitantes a la zona.

- Incorporar al mercado un producto turístico diferenciado, innovador y sostenible, que busque la calidad de la experiencia del visitante.

ACTIVIDADES REALIZADAS

Con carácter previo a la apertura pública de cada camino, se han realizado actos de presentación a los vecinos en cada uno de los pueblos implicados, recorriendo el mismo con el acompañamiento de artistas, medios, etc. Se han llevado a cabo visitas guiadas con los establecimientos turísticos de dichos municipios al objeto de conocer de primera mano los elementos del Camino. Asimismo, se han realizado varias campañas de dinamización, entre ellas la campaña “Hazte amigo de los Caminos” en la que los establecimientos turísticos adheridos ofrecían un descuento del 10% y otros premios a los senderistas a través del carné “Amigo de los Caminos”.

ACTIVIDADES EN DESARROLLO

Está en ejecución el concurso fotográfico “Mirando” que invita a los paseantes a descubrir los caminos desde su cámara fotográfica. También está previsto un programa de dinamización cultural de los caminos, que incluye actuaciones teatrales, cuentacuentos, salidas guiadas con artistas, etc. Además se estudian nuevas propuestas en coordinación con el sector turístico del territorio.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

El trazado de alguno de los caminos pasaba por antiguas escombreras, basureros, etc. Estos lugares degradados se han recuperado y acondicionado como espacios de uso y disfrute público, donde se ha instalado alguna de las intervenciones artísticas. Otra situación conflictiva se dio en el Camino de las Raíces, dado que el itinerario propuesto pasaba junto a la antigua ermita de S. Marcos, en estado de semirruina. Pese a su coste considerable, se llevó a cabo su

consolidación para permitir la visita con seguridad, y se incorporó al recorrido como elemento patrimonial, colocando en su interior una obra artística.

DIVULGACIÓN DEL PROYECTO

De cada uno de los caminos se ha elaborado el siguiente material promocional: logotipo, folleto desplegable, sitio web propio, catálogo, poster, plotter/enara y cuaderno didáctico para escolares. Asimismo, el proyecto “Caminos de Arte en la Naturaleza” dispone de su logotipo genérico y un folleto que aglutina los cuatro caminos. En cuanto a la difusión, una de las primeras acciones fue la presentación del Camino a los vecinos de los municipios implicados, que tuvo muy buena acogida. Asimismo, los Caminos han sido argumento en la asistencia de la Diputación a ferias como FITUR, INTUR, etc., reportajes en distintas publicaciones, etc. Otros segmentos de audiencia que se han tenido en cuenta son, por un lado, el público infantil y juvenil, para el que se han diseñado varios materiales, y por otro, el público especializado, al que va dirigido un cuidado catálogo década camino.

CLAVES DEL ÉXITO

A dos recursos turísticos potentes, como son un parque natural declarado Reserva de la Biosfera y un patrimonio histórico y etnográfico diferenciado -los Conjuntos Históricos de la Sierra de Francia-, se les ha unido ahora la posibilidad de contemplar formas de expresión artística contemporáneas, obras en muchos casos de artistas de reconocido prestigio, estableciéndose nuevas relaciones entre dichos elementos y el visitante, que convierten el paseo en una experiencia memorable. La sostenibilidad del proyecto se ve reflejada en un estudiado y bajo coste de mantenimiento de las instalaciones, concepto presente en el diseño y materiales de éstas. A este respecto, la Diputación y los Ayuntamientos implicados han suscrito convenios de colaboración en los que la primera se hace cargo del cuidado de obras artísticas señalización, mientras que los municipios se hacen cargo del mantenimiento del trazado, desbroce, etc. Diversos aspectos relevantes del proyecto son susceptibles de transferibilidad, como son la determinación de un concepto que valore el patrimonio y lo singularice, el respeto al patrimonio cultural del entorno, las fórmulas de cooperación de las distintas administraciones, la adopción de un modelo de promoción común, la relectura del medio rural desde el arte contemporáneo, etc. Los caminos han tenido una repercusión positiva en un territorio ya de por sí turístico como es la Sierra de Francia, incrementando notablemente el número de visitas al mismo. Así, desde el verano de 2009 hasta la fecha, más de 120.000 visitantes han recorrido alguno de los Caminos de Arte en la Naturaleza, a la luz de los datos aportados por los contadores de personas instalados en cada uno de los Caminos. El proyecto ha mejorado la calidad de la visita, ha situado algunas localidades en el mapa turístico y ha aportado una visión

diferenciada de la comarca. Ha respetado enfatizado los distintos recursos locales: por ejemplo, para el trazado de los caminos se ha tenido en cuenta y valorizado los testimonios de vecinos (recuperación de caminos tradicionales). Por otro lado, en el diseño y comisariado de los caminos, selección de artistas, ejecución de los trabajos, difusión y mantenimiento de los itinerarios, la presencia de empresas locales ha sido muy importante, consiguiendo mejoras y sinergias significativas.

PROYECTO CUSTODIA MARINA Y TURISMO

(Extracto de noticia en <http://www.comunidadism.es/actualidad/nuevos-proyectos-de-ecoturismo-presentados-en-fitur>)

Otro de los proyectos sostenibles presentado en FITUR fue “Custodia marina y turismo” a cargo de tres Agrupaciones de Empresas Innovadoras – AEI: Amanda del Río de TUREBE-FGN (AEI de Turismo en Reservas de Biosfera), Celia Romero, de la AEI MTA Connect, y Nieves Garrido, de la AEI de Estaciones Náuticas. En la presentación de proyecto también se dio cita a Ricardo Blanco, Jefe de Área de Turismo Sostenible de Turespaña.

Con el objetivo de sensibilizar a los empresarios turísticos usuarios del litoral, buscando corresponsabilizarlos en la conservación de la biodiversidad en su ámbito laboral, el proyecto fomentará la creación de productos de turismo vivenciales y de biodiversidad, tales como la observación de cetáceos.

A través de aplicaciones ya disponibles en smartphones (iCairn) el proyecto implicará al turista y a los empresarios en la catalogación de la biodiversidad marina. Cuando una persona, pescador por ocio, usuarios de embarcaciones deportivas, turista que sale al mar, buceador, etc., aviste especies marinas de interés conservacionista; como tortugas, delfines o ballenas, podrá enviar una foto desde el Smartphone al Banc de Dades de Biodiversitat de la Generalitat Valenciana (BDB). De esta manera se contribuye a ampliar el conocimiento de estas especies para hacer una mejor gestión. Igualmente cuando se captura accidentalmente, por ejemplo, una tortuga o se encuentra varada, puede ser muy importante para salvar la vida de esta especie protegida.

SENDEROS BAJO EL MAR

(Extraído de Guía de buenas prácticas de turismo rural, MAPAMA)

<http://www.senderosdealicante.com/bajoelmar/>

La obra Senderos bajo el Mar reúne información completa acerca de los lugares de buceo en la Costa Blanca, el turismo e infraestructuras asociadas a distintos municipios de la costa, así como información científica y técnica sobre la ecología y funcionamiento de los ecosistemas marinos mediterráneos, su conservación y su fauna y flora más representativa. Además gracias a las orientaciones y recomendaciones recogidas en ella, y a las sendas submarinas diseñadas, el impacto que estas actividades pueda ocasionar en el medio submarino se verá claramente minimizado.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto comprende 32 rutas submarinas con 14.325 horas de buceo en los recorridos sugeridos. La obra se estructura en dos apartados: un primero dedicado a describir las diversas localidades e itinerarios, que se podría denominar “libro de consulta”, y un segundo libro, o “libro de campo”, con información sobre la ecología submarina, el litoral de la provincia de Alicante, una guía de especies con ilustraciones realizadas gracias al asesoramiento de diversos especialistas, que proporcionan mayor fidelidad taxonómica que la que pueda suministrar la fotografía; completándose el “libro de campo” con unas tablillas sumergibles. Toda esta información, a su vez, está disponible en la página web que al efecto se ha diseñado, y que permite la consulta online de la obra.

OBJETIVOS

Senderos bajo el Mar nace con el propósito de dar a conocer y fomentar el valioso patrimonio del litoral alicantino. Nuestro litoral no es tan sólo la puerta que se nos abre al Mediterráneo y que ha permitido la llegada de numerosos pueblos que nos legaron su cultura; el Mediterráneo también es un mar con sorprendente y rica diversidad en especies y ecosistemas, diversidad que se hace más patente en el litoral.

ACTIVIDADES REALIZADAS

Celebración de una jornada abierta al público y gratuita para la realización de uno de los recorridos de la guía acompañado por monitores ambientales.

ACTIVIDADES PENDIENTES

Posibilidad de inclusión de nuevos itinerarios.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

La principal dificultad ha sido el tener que desarrollar gran parte del trabajo en el medio submarino, lo que ha supuesto un esfuerzo muy importante por parte del Área de Medio Ambiente de la Diputación de Alicante, ya que no es una mera recopilación bibliográfica, sino que ha sido un verdadero trabajo de investigación con numerosas inmersiones realizadas. Para ello se ha tenido que buscar la colaboración de numerosos clubs de buceo de la provincia. Este trabajo de campo se ha visto plasmado en la filmación de los recorridos diseñados, en la elaboración de un croquis en 3D de todos y cada uno de los itinerarios submarinos propuestos, y en la descripción de los pasos a seguir para acceder a las diversas localidades implicadas y en cómo iniciar la inmersión.

DIVULGACIÓN DEL PROYECTO

Los medios utilizados para la divulgación han sido:

- Presentaciones en radios ocales.
- Difusión en municipios de la provincia.
- Difusión en clubs de buceo.
- Difusión en centros de enseñanza.
- Difusión en bibliotecas públicas.
- Difusión a través de la web de la Diputación de Alicante.
- Difusión periódica a través de las redes sociales del Área de Medio Ambiente de la Diputación.

CLAVES DEL ÉXITO

Con la presente obra, la Diputación de Alicante, y el Área de Medio Ambiente, pretenden favorecer la gestión del medio marino en el ámbito de las inmersiones, favoreciendo que éstas sean más sostenibles, pues gracias a las orientaciones y recomendaciones recogidas en ella, y a las sendas submarinas diseñadas, el impacto que estas actividades puedan ocasionar en el medio submarino se verá claramente minimizado. La obra desarrollada permitirá:

- Conocer el litoral alicantino y sus ecosistemas: praderas de posidonia, fondos de arena, cuevas submarinas, acantilados, etc.
- Descubrir muchas de las especies de fauna marina del mediterráneo: morenas, meros, crustáceos, moluscos, sargos, salmonetes, etc.
- Conocer algunos de los hábitats prioritarios de la UE: pradera de posidonia.
- Bucear en algunos de los Espacios naturales de la provincia: Parques Naturales, Lugares de Importancia Comunitaria, Reserva marina, etc.

Esta obra, además, proporciona información sobre las infraestructuras y los servicios turísticos de doce localidades costeras de la provincia de Alicante, lo cual permitirá planificar agradables estancias a la par que recorrer los mejores senderos subacuáticos de la Costa Blanca. La iniciativa es totalmente exportable a otros territorios litorales con fondos marinos susceptibles de poner en valor. La durabilidad de la iniciativa desarrollada, en principio, no tiene límites temporales, mientras no se modifique el medio físico y ambiental descrito.

<http://www.senderosdealicante.com/bajoelmar/>

ECOTURISMO PAYBACK EXPERIENCE

(Extraído de Guía de buenas prácticas de turismo rural, MAPAMA)

Un programa integral para la creación de experiencias de ecoturismo certificadas y solidarias, comunicándolas a través de un marketing experiencial, sostenible y participativo. El objetivo del proyecto es diseñar e implantar un sistema innovador y atractivo para que el turista responsable y solidario disfrute de una experiencia de ecoturismo singular y exclusiva, ofreciéndole la oportunidad de visitar y conocer de forma participativa y lúdica actuaciones emblemáticas de conservación de la biodiversidad en España, contribuyendo al soporte y viabilidad futura de éstas a través de un sistema de aportaciones económicas de los turistas y empresarios vinculados a la experiencia ecoturística que fidelice turistas al destino de ecoturismo y a las empresas participantes.

El proyecto consiste en:

-Diseñar y poner en práctica sistemas de contribución de empresas y/o turistas a las acciones de conservación (payback): se han catalogado 46 iniciativas de conservación y ecoturismo, se ha realizado un análisis de la demanda potencial del producto, así como antecedentes de sistemas payback, para finalmente diseñar conjuntamente con los empresarios y las entidades de conservación un sistema de contribución voluntaria beneficioso para todos, y los materiales distintivos necesarios (marca, placa, etc.). Finalmente se cuenta con 38 empresas colaboradoras con las tres fundaciones de conservación de la naturaleza participantes (11 empresas colaboradoras de la Fundación Aquila, 12 empresas colaboradoras con la Fundación Global Nature, 15 empresas colaboradoras con la Fundación para la Conservación del Quebrantahuesos).

-Diseñar productos de “ecoturismo solidario” que incluya conocer las acciones de conservación y servicios de las empresas colaboradoras. Se han diseñado un total de 14 experiencias de ecoturismo solidario en colaboración con empresarios turísticos certificados como sostenibles

y entidades de conservación, algunas de las cuales ha sido posible probarlas durante el proyecto obteniendo muy buena valoración por parte de los participantes, todas ellas disponibles en www.soyecoturista.com.

-Diseñar y desarrollar de forma piloto actuaciones de promoción y comercialización de los productos. Se ha creado la marca y el portal www.soyecoturista.com, se ha desarrollado la I subasta de ecoturismo solidario en la FIO 2013, presencia, sorteos y juegos en redes sociales, encuentro de blogueros, campaña crowdfunding, tarjeta del ecoturista solidario, análisis de la posible comercialización de experiencias, etc.

PROYECTO TRINO VALLALDOLID

(Extraído de Guía de buenas prácticas de turismo rural, MAPAMA)

El Proyecto TRINO (Turismo Rural de Interior y Ornitología), es una propuesta de treinta Grupos de Acción Local en Castilla y León, cuyo principal objetivo es promocionar el turismo ornitológico en la Comunidad Autónoma de Castilla y León, basado en rutas e infraestructuras de observación y al que se unen actividades empresariales de alojamiento de turismo rural, empresas de turismo activo y agencias de viaje. Estas comarcas cuentan con más de 500 km de rutas señalizadas, observatorios y otras infraestructuras para la observación de avifauna. Los 250 alojamientos rurales adheridos a TRINO se han comprometido a desarrollar una serie de actuaciones con el objetivo de ofrecer un servicio de calidad adaptado al turismo ornitológico y de naturaleza, con un criterio de sostenibilidad y comprometiéndose a salvaguardar las buenas prácticas ambientales. Estos establecimientos disponen de información sobre la avifauna presente en cada territorio y cuentan con más de 3.000 plazas.

El Proyecto ha permitido poner en valor el turismo ornitológico en Castilla y León, con lo que esto supone para el desarrollo rural. Colabora con el mantenimiento de alojamientos de turismo rural y empresas de turismo activo, al incorporar clientes interesados en este tipo de oferta turística, no sólo de forma especializada sino también de tipo familiar. Además de las actividades de señalización de rutas de ornitología en las comarcas, este proyecto incluye actividades de divulgación y educación ambiental (jornadas regionales para agentes y colectivos implicados, concursos de pintura y fotografía, exposiciones itinerantes, talleres de aves en centros educativos, jornadas de anillamiento didáctico de aves, etc.), actividades de formación(formación de informadores de ecoturismo y ornitología, formación dirigida a empresarios de turismo rural) y actividades de promoción y comercialización(Web de

promoción multilingüe, edición de material, publrreportajes, participación en ferias, viajes para tour-operadores y medios de comunicación).

BUENAS PRÁCTICAS EN LA PALMA

TEMATIZACIÓN DE LA ISLA DE LA PALMA EN ASTROTURISMO

(Extraído de Guía de buenas prácticas de turismo rural, MAPAMA)

www.starsislandlapalma.com

El 20 de abril de 2007, en la isla de La Palma, se adopta “La declaración sobre el derecho a la luz de las estrellas” en el transcurso de la conferencia internacional Starlight “La luz de las estrellas, patrimonio de todos”. En 2012 la isla se certifica como “Destino turístico Starlight” y “Reserva Starlight”. Los destinos turísticos Starlight son lugares visitables que poseen excelentes cualidades para la contemplación de los cielos estrellados y la práctica de actividades turísticas basadas en ese recurso: El Sistema de Certificación Turística. Una Reserva Starlight es un espacio en donde se establece un compromiso por la defensa de la calidad del cielo nocturno y el acceso a la luz de las estrellas. Tiene como función preservar la calidad del cielo nocturno y de los diferentes valores asociados, ya sean culturales, científicos, astronómicos, paisajísticos o naturales. Además de contar en sus cumbres con uno de los mejores emplazamientos de la astrofísica moderna el Observatorio Roque de los Muchachos, La Palma se presenta como uno de los lugares más favorables para el desarrollo de experiencias turísticas vinculadas con el disfrute de sus fantásticos cielos nocturnos.

Por medio de este proyecto, se ha logrado que 52 empresas de La Palma se hayan volcado en la tematización de restaurantes y casas rurales en la isla. El Instituto de Astrofísica de Canarias ha creado en 2011 la figura del “Guía Starlight” formando a 14 guías especializados en mostrar el cielo. Se ha creado una red de senderos nocturnos y emplazamientos naturales como es la Red de Miradores Astronómicos, verdaderos trampolines hacia el universo. Se han creado 4 empresas que ofrecen actividades astro-turísticas especializadas y otras que incluyen esta materia como alternativa a la preexistente. Se trata de una actuación turística respetuosa con el medio ambiente que viene a especializar y dar valor al producto turístico preexistente.

RESTAURANTE DUENTE DE FUEGO Y ECOFINCA MARTINA. COLABORACION ENTRE RESTAURANTE KM 0 Y ECOFINCA.

(Extracto de <http://elduendedelfuego.com/el-fuego/>)

En El Duende del Fuego trabajamos con alimentos naturales de La Palma, productos hortícolas y frutícolas, carnes y pescados. Los productos con calidad de origen certificado están protegidos por una normativa de la UE que garantiza el cumplimiento de unos requisitos superiores a los exigidos para el resto de productos. En nuestra propuesta gastronómica – Cocina Conceptual Readaptada – volcamos todas nuestras experiencias e inquietudes por ofrecer una oferta diferenciada, creando y mejorando cada día.

Ofrecemos una amplia carta asequible a todos los públicos con la que deleitar tus sentidos: desde nuestra oferta especial de desayunos, – con café de cultivo ecológico, Té de certificación de origen, batidos de fruta, pan y nuestra repostería -, pasando por nuestra oferta de platos y postres exclusivos, con los que también podrás merendar, acompañada de la mejor selección de vinos que ofrece el mercado.

Todo ello hace que la oferta de El Duende del Fuego sea única y diferenciada en el entorno de la isla de La Palma. Especialmente adaptada al presente y a los continuos cambios alimenticios.

En cada plato buscamos el potencial de los productos que ofrece la isla de La Palma, productos hortícolas y frutícolas, carnes y pescados, controlando la calidad desde la producción hasta la elaboración final, con el objetivo de ofrecer una cocina sana, nutritiva y creativa, a la vez que contribuimos al desarrollo de nuestro sector agrario y a la conservación del paisaje de nuestra isla.

Con el fin de satisfacer el gusto de todos nuestros clientes contamos con una oferta amplia para personas con intolerancia al gluten y la lactosa. También nos adaptamos en la elaboración para cualquier otra alergia alimentaria que puedan tener nuestros clientes.

Con este proyecto personal, fresco y sano introducimos alimentos de La Palma. Apostando por esta isla; y por los alimentos de calidad. Somos lo que comemos.

Extracto De <http://rojocangrejo.com/entradas/isla-de-la-palma-canarias/#Visita una finca ecologica y saborea verduras de verdad>

Si quieres descubrir cómo saben las verduras de verdad, esas que tu abuela cultivaba en el pueblo con sus manos y paciencia infinita, tienes que ir a conocer a Martina. Martina es una

Suiza que se dejó enamorar por los encantos de La Palma y La Palma se dejó enamorar por ella. En su finca, situada en los Llanos de Aridane (Oeste de la isla), cultiva de manera ecológica frutas y verduras. Las lechugas crecen al lado de las plataneras, las berzas junto a las coles, el perejil junto a las flores. Un espectáculo de colores, olores y sabores.

Todos estos productos, 100% naturales, los puedes degustar en un lugar: el restaurante Duende del Fuego. Pedro, su propietario, visita cada mañana la finca de Martina para recoger los productos con los que prepara sus platos. Allí nos lo encontramos, cesta en mano, “haciendo la compra”. La carta del restaurante es bastante amplia y los precios muy “apañaos” para la increíble calidad de la comida. Si tienes alergias o intolerancias, NO PROBLEM. Pedro se preocupa especialmente por estos temas y podrás encontrar multitud de platos sin gluten ni lactosa.

Extracto de <https://es.la-palma.travel/productor/finca-ecologica-martina-rasi/#allgemein>

Martina Rasi nos enseña mediante su finca ecológica de plátanos que las tiendas blancas que conforman los invernaderos sirven para mucho más que para la monocultura. La suiza se mudó a la isla hace 30 años y compró esta plantación desaprovechada por recomendación de su pareja de ese entonces. Martina aprendió de su pareja cómo debía atender y cuidar correctamente las plantas. Y así fue como descubrió una pasión desconocida hasta ese momento. La vida da muchas vueltas y la relación con su pareja no se sostuvo, pero Martina no quiso abandonar su finca de plátanos. En el año 2003 Martina se atrevió a afrontar la transición al cultivo ecológico de los plátanos. Continuó su formación asistiendo a los cursos de la organización agraria sin ánimo de lucro COAG y de la asociación canaria de mujeres del mundo rural CERES, en cuya junta directiva aún trabaja hoy en día. Esta mujer campesina tan interesada en el cultivo ecológico recibió gran apoyo por parte de Ildfonso Acosta, un especialista en el ámbito de la agricultura ecológica.

Hoy en día, Martina considera que su finca de 4000 m² es un "bosque comestible". Si visita la finca a Martina en La Laguna, seguramente se sorprenda de su ubicación en medio de otras plantaciones rodeadas por muros y cubiertas. Desde el exterior no se puede apreciar el pequeño paraíso que esconde en su interior. Durante nuestra visita, la agricultora ecológica nos explica que las plataneras aún están hibernando. Pero a sus pies podemos observar una gran diversidad de especies. Dependiendo de la temporada crecen zanahorias, colinabos, remolachas, coliflor, brécol, apio nabo, hinojo, lechugas, calabazas, calabacines y mucho más. También podemos encontrar acedera, borraja, perejil y eneldo. Y entre estos sobresalen

tamarillos, mangos, melocotones y guayabas. Los lagartos se esconden entre las hierbas y por todos lados hay flores muy cotizadas por las abejas y las mariposas. Las frondosas asclepias están pensadas específicamente para las mariposas monarcas. Ahí depositan sus huevos ya que las orugas de la mariposa más grande que podemos encontrar en La Palma se alimentan de las asclepias.

CASA MONARCA. ALOJAMIENTO SOSTENIBLE ECOTURISTICO

Extraído de <http://www.casamonarca-lapalma.com/es/lapalma-monarca-casa.html>

Disfrute de la naturaleza y la tranquilidad que le ofrece la isla canaria de La Palma. Casa Monarca se encuentra rodeada de bosques de pinos y cultivos de viñas, en la entrada del Parque Natural de Cumbre Vieja, en la zona conocida como Las Manchas, a 720mts de altitud, en la cara oeste de la isla bonita, declarada reserva de la Biosfera por la Unesco. Es 100% sostenible y autosuficiente energéticamente. Los criterios bioclimáticos marcan la construcción de la casa revestida de piedra y con techo de madera típico canario que mantienen una temperatura y humedad óptima durante todo el año. Paneles solares y un generador eólico son los encargados de conseguir y acumular la energía necesaria. El agua, tanto de lluvia como de uso diario es reciclada y reutilizada para el riego.

El Proyecto se centra en la expansión de las plantas hospederas »Asclepias«, es la única forma de hacer prosperar la especie ya que las orugas se alimentan pura y exclusivamente de sus hojas. Las plantaciones alrededor de la casa le permitirán disfrutar del vuelo de las mariposas Monarca y presenciar la metamorfosis de esta especie tan emblemática. Le invitamos a reconocer plantas y aves, a recolectar frutos y huevos, a usar productos ecológicos y jabones naturales, a fabricar compost, a reciclar...

La casa se encuentra aislada en una propiedad de 3500m² con vistas panorámicas sobre las montañas y el mar. El terreno comprende un extenso jardín de frutales, una amplia zona para tomar el sol con hamacas y tumbonas y un área habitada por nuestras amigas las gallinas. La decoración sigue un modelo artesanal y sencillo dando más valor a los objetos hechos a mano o de comercio justo. Las tejidos y la ropa de cama son naturales, en calidad 100% algodón e intentamos minimizar el uso del plástico y optar por el reciclaje.

La energía solar junto con la eólica cubren todas las necesidades de abastecimiento energético. Ponemos a su alcance diferentes contenedores para la separación de residuos. Una

compostera exterior de 2 m² se encarga de convertir los residuos orgánicos en rico abono para los árboles y plantas. El proceso es sencillo y muy provechoso. Nuestra instalación fotovoltaica incorpora el sistema Girasol (seguidor solar) a través de una célula lumínica encargada de conseguir el ángulo de orientación máximo de carga. Con este sistema se consigue un 40% más de producción. Los acumuladores estacionarios nos permiten almacenar la energía y conseguir así hasta 4 días de autonomía aun estando nublado. El regulador de carga nos indica en todo momento el estado de las baterías y desde el interior podemos comprobar la energía acumulada/gastada/ reserva. El inversor de corriente transforma el voltaje de 12V a 220V para el uso doméstico. Para casos excepcionales de meteorología adversa durante varios días, un generador de corriente nos garantizará el suministro necesario y habitual de la casa.

Las aguas residuales son tratadas biológicamente para su reutilización. Un depósito de 8.000 litros está preparado para recoger el agua del cielo, la mejor agua posible para nuestras plantas del jardín. La potabilizadora de agua permite 95% de filtración de impurezas del que obtenemos un agua pura, cristalina, sin restos de metales, olores ni sales. Es ideal para beber, lavar frutas y verduras o cocinar. Mejora nuestra salud y evitamos el uso del plástico. Podrá comprobar que no sólo evitará tener que comprar agua embotellada con la carga que eso supone sino que su calidad le convencerá.

En la Casa Monarca criamos la raza autóctona de la isla, las gallinas Jabadas. Alimentadas de forma natural y ecológica que garantiza la calidad de sus huevos, que podrá recoger y disfrutar diariamente. Corretean en un amplio cercado y gozan de espacio suficiente junto a la casa. Su planta favorita es la vinagrera, puede recolectarla en los alrededores y se lo agradecerán. En la casa Monarca no sólo cuidamos de las mariposas, somos grandes amantes de todos los animales. Podrá identificar fácilmente a sus nuevos vecinos (aves, reptiles, mamíferos, insectos) siguiendo las fotos y láminas que se exponen en el interior de la vivienda. Las mascotas son bienvenidas y si lo desea puede utilizar la caseta que se encuentra en el exterior, si es del agrado de su compañero de viaje, claro. Colaboramos con distintas asociaciones a favor del cuidado y protección de los animales. Por desgracia, las necesidades son desbordantes en la isla bonita.

ECOFINCA PLATANOLOGICO

Extraído de <http://www.platanologico.es/>

Ecofinca Platanológico es una extensión agraria dedicada en su mayor parte al cultivo ecológico del plátano y al desarrollo de proyectos relacionados con la agricultura ecológica.

Nuestra finca, se encuentra adaptada y equipada para eventos y visitas, y cuenta con senderos transitables y un huerto escolar.

Platanológico es una forma de entender la agricultura como medio de desarrollo y sostenibilidad, y por ello basamos nuestros proyectos en la divulgación y transmisión de estos valores. Todo esto durante un agradable paseo por un jardín botánico subtropical, siendo el cultivo del plátano el eje de un ecosistema sostenible en producción agrícola. “Huele, siente, conoce, saborea.” A lo largo del recorrido a través de la finca podrá disfrutar de un agradable paseo bajo la sombra de las plataneras. Observará gran variedad de frutales como papayas, mangos, chirimoyas, chayotas, parchitas... además de gran variedad de plantas medicinales y ornamentales que aromatizan el paseo. También conocerá a nuestras ovejas, gallinas, nuestro burro Pancho y otros animales, que contribuyen a abonar el cultivo. Los comentarios y explicaciones de nuestros guías complementarán el cómodo paseo, en el cual mostramos de manera sencilla, pero con rigor y de forma divertida cómo se cultiva el plátano.

ANEXO III: RESPUESTAS DE ENTREVISTAS

-Los Servicios Centrales de Turismo del Cabildo Insular de La Palma

-¿Qué imagen estáis intentando proyectar en los últimos años? ¿Creéis que es la imagen que los turistas captan?

Sobre todo la de isla verde y de que es un lugar para el relax. Vienen para ver la naturaleza sobre todo así que sí que captan la imagen.

-¿Por qué tipo de turismo se apuesta primero: turismo sol y playa o turismo de naturaleza y ecoturismo?

Pues el sol y playa aquí no tiene mucho futuro por la calidad de las playas pero aun así se promociona. Desde luego es más importante la naturaleza que tenemos.

-¿Interesa apostar por el ecoturismo?

Si eso nos trae un turista más respetuoso entonces claro que interesa.

-¿Qué relación hay para fomentar el ecoturismo y el turismo sostenible con la Reserva de la Biosfera y con el Parque Nacional?

Se habla en nuestra web de ellos y se organizan a veces actividades, todos estamos relacionados al final.

-¿Existe algún conflicto entre el turismo de sol y playa y el ecoturismo y turismo sostenible? -
¿Cómo se afronta?

Siempre hay gente que no está de acuerdo con alguna decisión sea de un tipo o de otro, no se puede contentar a todo el mundo. Pero al final todos estamos en la misma isla y la gente visita las dos cosas.

-¿Cómo creen que será el futuro del turismo en la isla y como les gustaría que fuera? ¿Se está haciendo en concreto para llegar a esa visión?

-La Reserva de la Biosfera

-¿Cómo estas figuras de protección ambiental como la reserva o el parque nacional facilitan el desarrollo sostenible?

Muchísimo, sobre todo porque limitan que la gente construya o haga lo que quiera en la isla. También te ponen un poco en el mapa con el hecho de que es un sitio auténtico y protegido.

-¿Cómo ha cambiado el turismo en la isla la creación de la reserva de la biosfera?

Lo que decía, te pone en el mapa, tarda en despegar pero al final si que se corre la voz gracias a los visitantes de lo autentico y sin tocar que esta todo aquí.

-¿Por qué nuevos tipos de turismo alternativo o de actividades alternativas se está apostando en la isla?

Ahora sobre todo el tema del cielo es por lo que más se está apostando, también se está intentando vender el buceo en Los Cancajos sobre todo.

-¿Existen conflictos entre vuestros intereses y los del cabildo? ¿Qué conflictos de intereses hay en la isla?

Siempre hay gente que mira más por el dinero, pero es una isla muy pequeña y no hay grandes conflictos. Quizás el Gobierno de Canarias son los más difíciles de abordar.

-¿Cómo creen que será el futuro del turismo en la isla y como les gustaría que fuera? ¿Se está haciendo en concreto para llegar a esa visión?

Tocar lo menos que se pueda pero que siga viniendo gente. Se va a ferias constantemente pero ese tema depende más del cabildo y del gobierno canario.

-La Asociación Turismo Rural La Palma

-¿A qué certificaciones sostenibles pueden optar los establecimientos hoteleros de la palma?

La Q de calidad, certificación de Starlight, certificación de volcanes, Biosphere House

-¿Hay un interés por conseguirlos o no?

Supongo que habrá un interés por parte de algunos propietarios por las certificaciones pero seguro que todos están trabajando por sustentar el medio rural y que no decaiga la comunidad local, porque esa es la idea principal detrás del turismo rural

-¿Cuáles son las metas en cuanto a sostenibilidad que se plantea la asociación?

Desde luego se más sostenibles. Porque nuestro sistema de turismo depende de eso. Si no lo cuidamos no vamos a tener futuro. Nos enfocamos en que el turismo que venga a La palma sea respetuoso, busca el no bullicio, sitios no masificados. Ellos mismos nos promocionan y dicen que volverán. Ahora mismo sobre todo en los que se pone más atención es en el turismo del cielo el llamado Starlight en darne más promoción.

-¿Existen conflictos entre vuestros intereses y los del cabildo? ¿Qué conflictos de intereses hay en la isla?

Los conflictos son con el Gobierno de Canarias. En determinadas zonas 2 hoteles grandes están bien pero por lo demás no estamos de acuerdo.

-¿Qué medidas de promoción se están tomando para hacer del turismo rural una opción importante a la hora de escoger alojamiento en la isla?

La promoción la lleva el cabildo, nosotros trabajamos nuestra web de forma individual.

-¿Cómo creen que será el futuro del turismo en la isla y como les gustaría que fuera? ¿Se está haciendo en concreto para llegar a esa visión?

Creo que el turismo rural es lo único que tiene futuro en esta isla porque el sol y playa no es factible