



# CAPRIf-CC

Comunidades activas y paisajes resilientes  
a incendios forestales y cambio climático

**INFORME B.  
EXPERIENCIAS TURÍSTICAS SOSTENIBLES DESARROLLADAS EN  
ANCARES – COUREL**

**ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL APOYO Y SOPORTE AL DESARROLLO DE UN PLAN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS SOSTENIBLES EN MONTES DE ALTO VALOR NATURAL DENTRO DE LAS ACTIVIDADES DEL PROYECTO COMUNIDADES ACTIVAS Y PAISAJES RESILIENTES A INCENDIOS FORESTALES Y CAMBIO CLIMÁTICO (CAPRIf-CC) FINANCIADO POR LA FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD DEL MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO EN EL MARCO DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA (PRTR), FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA-NEXT GENERATION EU**

*Asistencia técnica en la Acción A.5.4: Programa piloto de experiencias turísticas sostenibles alrededor de los montes de alto valor natural*

# ÍNDICE

## 1. ANTECEDENTES

## 2. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

## 3. PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

## 4. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

## 5. CONCLUSIONES

## 6. ANEXOS

### 1. Carteles y programas

### 2. Notas de prensa

### 3. Formulario de la encuesta de satisfacción

### 4. Resultados de la encuesta de satisfacción

## 1. ANTECEDENTES

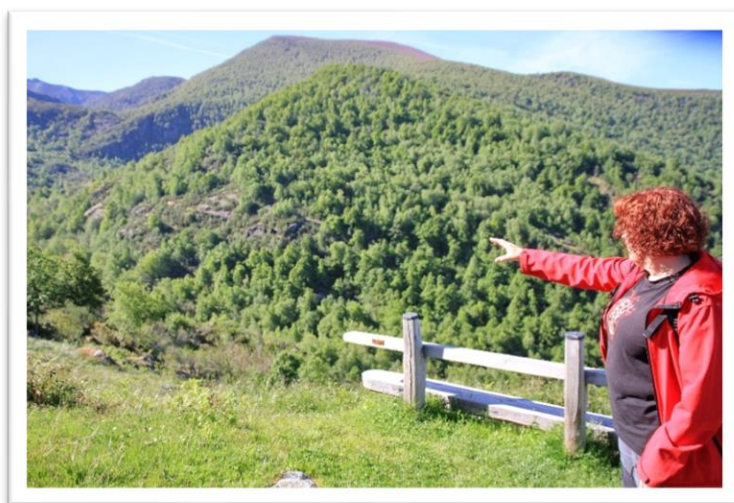
La Fundación Centro de Estudios Euro Regionales Galicia Norte De Portugal (CEER), junto a la Fundación Juana de Vega, la Fundación Montescola, la Asociación Galega de Custodia do Territorio (AGCT) y la Fundación Centro Tecnológico y Forestal de la Madera (CETEMAS), es beneficiaria del proyecto CAPRIF-CC (Comunidades Activas y Paisajes Resilientes a Incendios Forestales y Cambio Climático) financiado por la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea-Next Generation EU.

El proyecto CAPRIF-CC tiene por objetivo general co-crear iniciativas innovadoras de gestión multifuncional del monte con comunidades rurales en ámbitos de alto valor natural y/o áreas quemadas de Galicia y Asturias para aumentar su resiliencia ante los incendios forestales y el Cambio Climático demostrando la compatibilidad con la generación de economía y empleo local.

Uno de sus objetivos principales consiste en implementar modelos de economía verde y actividades generadoras de externalidades positivas relacionadas con la gestión forestal sostenible.

En este contexto se incluye el desarrollo del programa piloto de experiencias turísticas sostenibles en montes de alto valor natural, llevado a cabo en los municipios de Quiroga, Folgoso do Courel y Cervantes, entre los meses de mayo y noviembre de 2025.

Este informe tiene por objeto evaluar las actividades realizadas y su contexto, a partir de la participación directa en algunos casos, el análisis de datos y encuestas, etc. para proponer aquellas mejoras que se consideren necesarias para facilitar la continuidad y el desarrollo y de estas actividades.



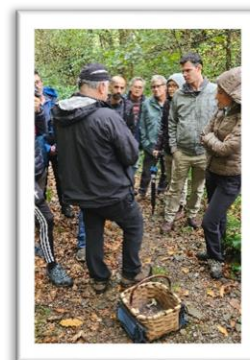
## 2. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Entre los meses de mayo y noviembre, se desarrolló un amplio y variado programa de actividades de naturaleza, con diversos contenidos relacionados con botánica, etnografía, geología, paisaje y territorio, etc. Todas ellas tenían el formato de salidas de campo, de media jornada o de día completo, en pequeños grupos y siempre acompañados de uno o dos guías locales.

En cuanto al contenido, se buscaba la autenticidad, en relación con el territorio y la experiencia del visitante, antes que el número de usuarios, así, se mantuvieron actividades con sólo siete participantes, cuando las previsiones eran superiores.

El programa desarrollado finalmente, fue el siguiente:

FECHAS	ACTIVIDAD	LOCALIZACIÓN
24.05	La miel y los usos tradicionales de las plantas.	Piornedo
31.05	Las orquídeas y sus hábitats. Vida fuera de las micro reservas-	O Courel
15.06	Las orquídeas y micro reservas. Visita a la micro reserva de Hórreos	Hórreos
07.07	La trashumancia olvidada.	Piornedo
01.08	Territorio explorado. Conociendo la aldea de Vieiros	Vieiros
03.08	El paisaje que nos protege. Lo que no arde.	Vilamor
20.09	Ruta do meu compañeiro. Recuperando topónimos	Piornedo
21.09	La miel, modeladora del paisaje que conocemos	O Courel
27.09	El pan, mucho más que un alimento.	Piornedo
04.10	El Souto, centro de vida. Micología.	Paderne
18.10	Geología, otro modo de entender lo que somos.	Paderne
08.11	Por la aldea de Piornedo, la vida dentro de las pallozas.	Piornedo
16.11	El Souto, centro de vida. Probando las castañas.	Courel



En cuanto a la participación en este programa, sumamos 171 personas, 101 mujeres y 70 hombres, distribuidos del siguiente modo:

ACTIVIDAD	ASISTENTES	MUJERES	HOMBRES
La miel y los usos tradicionales de las plantas.	9	5	4
Las orquídeas y sus hábitats. Vida fuera de las micro reservas-	12	9	3
Las orquídeas y micro reservas. Visita a la micro reserva de Hórreos	16	12	4
La trashumancia olvidada.	7	5	2
Territorio explorado. Conociendo la aldea de Vieiros	14	8	6
El paisaje que nos protege. Lo que no arde.	9	4	5
Ruta do meu compañeiro. Recuperando topónimos	7	5	2
La miel, modeladora del paisaje que conocemos	14	8	6
El pan, mucho más que un alimento.	13	10	3
El Souto, centro de vida. Micología.	18	6	12
Geología, otro modo de entender lo que somos.	22	10	12
Por la aldea de Piornedo, la vida dentro de las pallozas.	18	10	8
El Souto, centro de vida. Probando las castañas.	12	9	3

Lo que nos arroja los siguientes datos.

MEDIA DE ASISTENTES	% TOTAL DE MUJERES	% TOTAL DE HOMBRES
13,15	59 %	41 %

La media de participantes se sitúa próxima a 15, lo que se suele considerar como CCS o capacidad de carga social, esto es, el número máximo de usuarios recomendado por cada guía o monitor para actividades de bajo riesgo como senderismo, etc. En el caso de ecoturismo, el CCS más habitual está entre las 8 y 10 personas, por guía, con el fin de prestar más atención a la interpretación del medio y a la calidad de la actividad.

En cuanto a la proporción por sexos, es prácticamente la misma que recoge el informe del Observatorio de Ecoturismo en España (2024), que indica un 59,8 % de mujeres respecto de un 40,2 % de hombres. Datos obtenidos a partir de una muestra de 1.200 participantes en el último estudio. [www.soyecoturista.com](http://www.soyecoturista.com)

### 3. PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

La promoción y difusión de estas actividades se inscribe en el desarrollo del plan de difusión general del proyecto CAPRIF-CC y las distintas actividades que lo componen. En lo que respecta a este programa de actividades de ecoturismo, se realizaron las siguientes acciones:

- a. Diseño de cartel y programa para cada una de las actividades (se adjuntan en anexo 1).
- b. Notas de prensa.
  - i. 12.05.25. El proyecto CAPRIF-CC celebra este fin de semana tres actividades en el Living Lab Ancares-Courel.
  - ii. 10.06.25. La tercera experiencia turística sostenible visitará el domingo la micro reserva de orquídeas de Hórreos.
  - iii. 28.07.25. El proyecto CAPRIF-CC organiza dos nuevas experiencias turísticas sostenibles en Quiroga y Folgoso do Courel
  - iv. 15.09.25. CAPRIF-CC organiza en O Courel unas jornadas gratuitas sobre ecoturismo y desarrollo rural
- c. En cuanto a los impactos en medios, en relación al programa de actividades, se recogen los siguientes:
  - i. 13.05.25. Campo Galego-Innova. Actividades sostibles do proxecto CAPRIF-CC nos montes de Ancares-Courel. <https://innova.campogalego.gal/ganderia/actividades-sostibles-do-proxecto-caprif-cc-nos-montes-de-ancares-courel.html>
  - ii. 27.05.25. La Voz de Galicia – Terras de Lemos. La mejor época del año para observar orquídeas silvestres – Numerosas citas previstas entre este mes y el próximo noviembre en las sierras de O Courel y Os Ancares.
  - iii. 23.07.25. La Voz de Galicia / lavozdegalicia.es. Una jornada turística en tierras de O Courel quemadas hace tres años. [https://www.lavozdegalicia.es/noticia/lemos/folgoso-do-courel/2025/07/23/jornada-turistica-tierras-courel-quemadas-tres-anos/0003\\_202507M23C3991.htm](https://www.lavozdegalicia.es/noticia/lemos/folgoso-do-courel/2025/07/23/jornada-turistica-tierras-courel-quemadas-tres-anos/0003_202507M23C3991.htm)
  - iv. 23.09.25. Digital Universidade da Coruña. Jornadas técnicas “Ecoturismo en Ancares-Courel: experiencias e reflexións para o desenvolvemento rural. <https://www.udc.es/es/novas/Jornadas-tecnicas-Ecoturismo-en-Ancares-Courel-experiencias-e-reflexions-para-o-desenvolvemento-rural/>
  - v. 02.10.25. Xornal de Lemos. O Ecoturismo como proposta para poñer en valor e dinamizar O Courel. <https://xornaldelemos.gal/economia/75401-o-ecoturismo-como-proposta-para-poner-en-valor-e-dinamizar-o-courel/>

- vi. 02.10.25. Xornal de Lemos. O Ecoturismo como proposta para poñer en valor e dinamizar O Courel.  
<https://xornaldelemos.gal/economia/75401-o-ecoturismo-como-proposta-para-poner-en-valor-e-dinamizar-o-courel/>
- vii. 02.10.25. Aquí Lugo. Comenzaron las jornadas de ecoturismo de O Courel.  
<https://www.aquilugo.com/articulo/terra-chamontana/comenzaron-jornadas-ecoturismo-courel/20251002133532047705.html>
- viii. 02.10.25. Ribeira Sacra Xa. La Estación Científica del Courel inaugura unas jornadas técnicas centradas en el ecoturismo.  
<https://ribeirasacraxa.com/es/news/la-estacion-cientifica-del-courel-inaugura-unas-jornadas-tecnicas-centradas-en-el-ecoturismo/106147/>
- ix. 02.10.25. Soy Ecoturista. Jornadas técnicas Ecoturismo en O Courel: experiencias y reflexiones para el desarrollo rural.  
<https://www.soyecoturista.com/asociacion/event/jornadas-tecnicas-courel/>
- x. 06.10.25. La Voz de Galicia. Un simposio aborda o futuro do turismo no Courel e Os Ancares.  
[https://galego.lavozdeg Galicia.es/noticia/lugo/2025/10/06/simposio-aborda-futuro-turismo-courel-os-ancares/0003\\_202510L6C4991.htm](https://galego.lavozdeg Galicia.es/noticia/lugo/2025/10/06/simposio-aborda-futuro-turismo-courel-os-ancares/0003_202510L6C4991.htm)

Se incluyen las referencias a las Jornadas de Ecoturismo del mes de octubre, ya que en su programa de actividades se incluía la actividad “El Souto, centro de vida. Micología.” Realizada el día 04.10.25 en Paderne.

El peso de la promoción lo llevaron las redes sociales, básicamente Facebook e Instagram, con las cuales se realizó la campaña de difusión, mientras que el alojamiento de la información de cada actividad y el formulario de inscripción correspondiente, estaba en la web de la Asociación Galega de Custodia del territorio, con referencia en las otras webs del proyecto.

No contamos con datos desagregados que nos permitan hacer un análisis detallado, salvo las referencias a las siguientes acciones publicitarias.



**Vista previa**

Ruta familiar: O mel e os usos tradicionais das prantas en Cervantes (Lugo) O proxecto CAPRIF-CC, a través da @10008189388227:2048:Asociación Galega de Custodia do Territorio, organiza o día 24 de maio en Piomedo (Concello de Cervantes - Lugo) a primeira... 

[Más información](#)



**Vista previa**

Neste mes de setembro continuamos coas experiencias turísticas sostibles do proxecto CAPRIF-CC, organizadas a través da Asociación Galega de Custodia do Territorio (AGCT). A primeira delas, denominada "Ruta do meu compañeiro. Recuperando topónimos",... 



**Vista previa**

"O mel: modelador dunha paisaxe" é o nome da experiencia turística sostible que o proxecto CAPRIF-CC organizará o domingo 21 de setembro en Seceda (Folgozo do Courel), a través da Asociación Galega de Custodia do Territorio (AGCT). As persoas participante... 

## Rendimiento

Toda la campaña

Interacciones con la publicación **151** Coste por Interacción con la publicación **0,09 €**

Visualizaciones **6270** Espectadores **4060**

## Actividad

Interacciones con publicación **151**

Reacciones a las publicaciones **76**

Clics en el enlace **8**

Me gusta de Facebook **3**

Ver todo

## Audiencia

## Rendimiento

Toda la campaña

Interacciones con la publicación **181** Coste por Interacción con la publicación **0,06 €**

Visualizaciones **6880** Espectadores **3989**

## Actividad

Interacciones con publicación **181**

Reacciones a las publicaciones **52**

Clics en el enlace **9**

Veces que se ha compartido una publicación **5**

Ver todo

## Audiencia

## Rendimiento

Toda la campaña

Clics en enlace **147** Coste por Clic en el enlace **0,11 €**

Visualizaciones **25 211** Espectadores **13 009**

## Actividad

Interacciones con publicación **158**

Clics en el enlace **147**

Visitas a la página de destino **68**

Reacciones a las publicaciones **10**

Ver todo

## Audiencia

### Vista previa

Nova experiencia turística sostible: "O pan. Da terra ao teito". A través da @100081893882227:2048:Asociación Galega de Custodia do Territorio] (AGCT), desde o proxecto CAPRIF-CC organizamos o sábado 27 de setembro en...



### Vista previa

Na primeira semana de outubro, concretamente do día 2 ao día 4, desde o proxecto CAPRIF-CC organizamos na Estación Científica do Courel as Xornadas técnicas "Ecoturismo no Courel: experiencias e reflexións para o desenvolvemento rural". As persoas...



### Vista previa

No proxecto CAPRIF-CC continuamos coas experiencias turísticas sostibles organizadas pola @100081893882227:2048:Asociación Galega de Custodia do Territorio]. Nesta ocasión, a experiencia denomínase "Xeoloxía. Outro xeito de entender o que...



Más información

Los datos más relevantes que podemos extraer de estas reseñas, son los siguientes:

MÉTRICA	24.05	20.09	21.09	27.09	02.10	18.10
CLICS / INTERACCIONES	32	284	200	151	181	147
VISUALIZACIONES	7.939	5.517	13.034	6.270	6.880	25.211
ESPECTADORES	6.927	4.407	8.185	4.060	3.989	13.009
PARTICIPANTES	9	7	14	13	18	22

Al tratarse de una parte de las actividades, sólo 6 de 13, no nos permite seguir toda la secuencia, aunque destaca que las cifras más elevadas de visualizaciones y espectadores únicos correspondan a la actividad con mayor afluencia, la visita geológica, que sumó 22 participantes.



## 4. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

Para poder valorar los resultados de las distintas actividades, se elaboró una encuesta de satisfacción en formato digital, y se invitó a que la cubriesen todas las personas participantes. Esta acción nos permitió disponer de datos reales para poder analizar, de un modo fiable, la percepción de los usuarios y su valoración de las distintas experiencias ofertadas.

Finalmente, no obtuvimos respuestas en todas las actividades, por diversas razones. Pero, los cuestionarios contestados nos indican lo siguiente:

Actividad	Respuestas
Las orquídeas y sus hábitats. Courel (31/05/2025)	8
Geología. Piornedo (18/10/2025)	8
Micro reserva de hórreos. Courel (15/06/2025)	7
La miel y las plantas. Piornedo (24/05/2025)	6
El pan. Piornedo (27/09/2025)	5
Filandón / Polavila tradicional. Piornedo (08/11/2025)	4
El souto. Magosto tradicional. Courel (16/11/2025)	4
La trashumancia olvidada. Piornedo (12/07/2025)	1
Ruta de mi compañero. Piornedo (20/09/2025)	1

Las actividades con mayor número de encuestas contestadas han sido las siguientes:

- Las orquídeas y sus hábitats (8 personas).
- Geología (8 personas).
- Micro reserva de hórreos (7 personas).

Estas actividades comparten un fuerte componente interpretativo y temático, vinculado al patrimonio natural y cultural del territorio.



Estos fueron los resultados obtenidos en las encuestas.

### a. Lugar de procedencia

Tabla de procedencias

Procedencia	Nº de personas
Lugo	11
Ourense	8
Vigo	5
Cervantes	2
Ferrol	2
Granada	2
Cabanas	1
Cambados	1
O Valadouro	1
Pontevedra	1
Piornedo	1
Monforte de Lemos	1
Friol	1
A Laracha	1
A Coruña	1
O Corgo (Lugo)	1
Carballo	1
Laxe	1
Navia de Suarna	1
Oleiros (A Coruña)	1

Las tres procedencias más alejadas.

Procedencia	Distancia aprox. (km)
Granada	874
Laxe	246
Carballo	211

- La participación se concentra principalmente en ciudades gallegas, con predominio de Lugo, Ourense y Vigo.
- Hay participantes con origen en múltiples lugares a media distancia, dentro de Galicia (costa y área metropolitana), y una procedencia de largo recorrido (Granada), que no resulta relevante, ya que es posible que confundiera la pregunta con el lugar de origen de la persona.
- Entre las procedencias gallegas, las más alejadas del punto de referencia, Seoane do Courel, se sitúan en el litoral occidental, Laxe y Carballo.

### b. ¿Cómo te enteraste de esta actividad?

Esta pregunta busca de identificar los principales canales de difusión y evaluar su eficacia relativa. La información resulta clave para optimizar futuras estrategias de comunicación y captación de participantes.

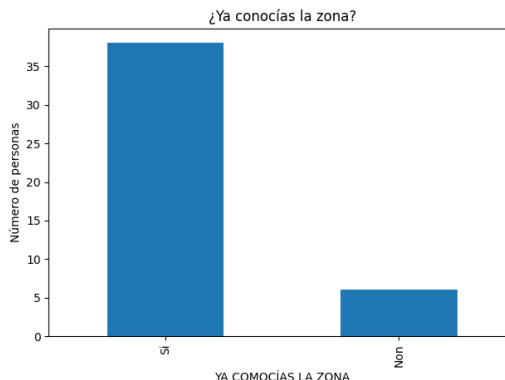
Canal de difusión	Número de personas
Por un amigo o amiga	16
Por las redes sociales (Facebook / Instagram / LinkedIn)	12
Otros	6
Por la web de Custodia do Territorio	5
Recibí un correo electrónico	3
Por la web de CAPRIF-CC	2

Los resultados muestran un claro predominio del “boca a boca” como principal canal de difusión, seguido de las redes sociales. Los canales digitales institucionales o correo electrónico presentan un impacto menor, actuando como canales complementarios.

**c. ¿Ya conocías la zona?**

Resultados.

Respuesta	Número de personas
Si	38
No	6



**d. Valora, de 1 a 5, (siendo 1 lo más negativo y 5 lo más positivo) las siguientes cuestiones sobre la actividad: El trabajo de los guías. La información recibida. Tu experiencia.**

Indicador	Nº respuestas	Media
Trabajo de los guías	44	4.98
Información recibida	44	4.91
Grado de satisfacción	44	4.95

El cruce de variables nos permite analizar si el conocimiento previo de la zona influye en la valoración de la actividad. Los resultados muestran niveles de satisfacción muy elevados tanto entre quienes ya conocían el territorio como entre quienes no, lo que refuerza el carácter atractivo y la calidad de la experiencia.

Conocimiento previo	Trabajo de los guías	Información recibida	Grado de satisfacción
No	5.00	5.00	5.00
Si	4.97	4.89	4.95

**e. ¿Repetirías una actividad similar?**

Respuesta	Número de personas
Si	43
No	1

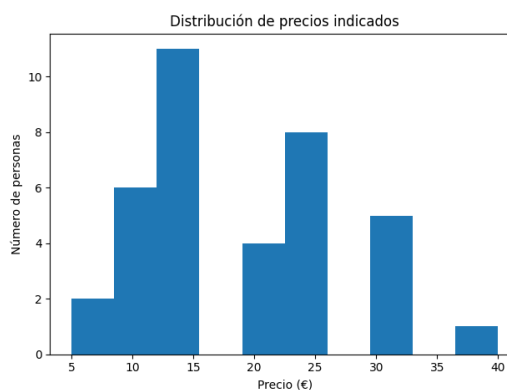
Este dato, ciertamente muy significativo, nos indica una gran predisposición a volver al territorio, por lo que es muy recomendable la puesta en marcha de mecanismos de fidelización como información personalizada y anticipada, ofertas especiales, ya sea en precio o actividad, etc. pues tendría altas probabilidades de éxito.

**f. En el caso de ser de pago ¿Cuál sería el precio más adecuado?**

En este caso queremos conocer la disposición de las personas participantes a pagar por las actividades realizadas, así como su valoración económica. Aunque los contenidos fueron muy variados, todas mantuvieron duración y estructura similar, lo que puede darnos una idea, bastante aproximada, de cara a establecer posibles tarifas.

El primer dato relevante es que el **84 % de las personas**, 37 de las 44 que respondieron a la encuesta, aportan una referencia de precio, lo que indica su disposición a pagar. En cuanto a las cantidades, vemos lo siguiente:

Indicador	Valor
Precio mínimo	5.00 €
Precio máximo	40.00 €
Precio medio	18.97 €



El importe mínimo señalado es de 5 €, el máximo de 40 €, y el precio medio se sitúa en 18,97 €. La mayor concentración de respuestas se encuentra en el intervalo 10–25 €, lo que permite definir este rango como socialmente aceptable para este tipo de actividad.

Si cruzamos los distintos rangos de precio, con los resultados de satisfacción, veremos que en todos se mantienen resultados muy positivos, luego, el precio no afectaría a la satisfacción de la experiencia, si se mantienen el resto de parámetros.

Rango de precio (€)	Satisfacción media
0 - 10	5.00
10 - 15	4.91
15 - 20	5.00
20 - 25	5.00
25 - 50	5.00

**g. ¿Qué otras actividades te gustaría hacer?**

Al tratarse de una pregunta abierta, los distintos resultados se han agrupado en seis categorías con temáticas asimilables.

Categoría	Número de menciones
Otras	12
Observación y naturaleza, flora, fauna y ornitología	12
Geología	4

Categoría	Número de menciones
Astronomía	3
Rutas y senderismo	3
Gastronomía	1

El análisis cualitativo de las respuestas abiertas muestra una distribución equilibrada entre valoraciones generales y referencias temáticas concretas. La observación del entorno natural, junto con elementos de flora, fauna y ornitología, constituye uno de los principales focos de interés.

Asimismo, se identifican menciones relevantes a contenidos de geología y astronomía, lo que evidencia el potencial de la actividad para integrar disciplinas interpretativas diversas. Las rutas y el senderismo aparecen como un elemento de soporte de la experiencia, mientras que sólo hay una referencia específica a la gastronomía.

Categoría temática	Precio medio (€)
Astronomía	25.00
Observación y naturaleza, flora, fauna y ornitología	23.57
Otras	17.13
Rutas y senderismo	18.75

Si cruzamos las principales temáticas de actividad, con los datos de propuesta de precio contestadas por las mismas personas, podemos conseguir una información relevante a la hora de realizar el diseño de actividades futuras y sus posibles tarifas.

Por otra parte, vemos que han contestado el **77 % de los que respondieron a la encuesta**, que para una pregunta abierta es considera **alto**. Esto refleja **implicación**, interés y una experiencia percibida como relevante. Por otra parte, el volumen de respuestas permite validar los resultados obtenidos y considerarlos en la evaluación general.

Situación	Número de personas
Respondieron	34
No respondieron	10

## h. Comentarios

El objetivo de esta última pregunta, que recoge los comentarios finales u observaciones abiertas realizadas por las personas participantes, es identificar patrones comunes, ideas mayoritarias y extraer conclusiones estratégicas útiles para la mejora y consolidación de futuras actividades. Los resultados fueron los siguientes:

Situación	Número de personas
Respondieron	24
No respondieron	20

De un total de 44 encuestas recogidas, 24 personas realizaron algún comentario, mientras que 20 personas no lo hicieron. **La tasa de respuesta (55 %) puede considerarse media-alta** para una pregunta abierta final, y resulta suficiente para identificar tendencias cualitativas claras.

La idea más repetida en los comentarios es la felicitación expresa a los guías y a las personas locales implicadas en la actividad. Se destaca su conocimiento profundo del territorio, su capacidad para comunicar y transmitir sus conocimientos, la pasión con la que explican los contenidos y el trato cercano y amable.

Numerosos comentarios subrayan que la actividad fue muy satisfactoria, entretenida y bien organizada, calificándola como excelente o incluso extraordinaria. En varios casos se expresa de forma explícita el deseo de repetir experiencias similares en el futuro.

Las personas participantes valoran especialmente el enfoque basado en el conocimiento local y en la interpretación del territorio desde dentro, destacando el aprendizaje cultural, social y ambiental.

Aparece de forma puntual alguna sugerencia de mejora relacionada con ajustar el ritmo o la densidad de contenidos, sin cuestionar el planteamiento general de la actividad.



## 5. CONCLUSIONES

A continuación, recogemos las principales conclusiones derivadas de los trabajos anteriores, así como las propuestas de mejora que se consideran más adecuadas, de cara a la continuidad y desarrollo de este tipo de acciones, con el fin de que sean un pilar significativo en el desarrollo socioeconómico del territorio.

### a. Público objetivo

En este tipo de actividades, basadas en el contacto con la naturaleza y en las que priman conceptos como sostenibilidad, territorio, interpretación, etc. es esencial identificar con precisión el público objetivo y generar una comunidad a la que poder dirigir nuestra oferta, de forma prioritaria.

De acuerdo con los datos del Observatorio del ecoturismo en España, desarrollado por la Asociación de Ecoturismo en España [www.soyecoturista.com](http://www.soyecoturista.com) las principales características del ecoturista son las siguientes:

#### i. Perfil sociodemográfico

Edad: 35–55 años (principal), 25–34 emergente, >55 en crecimiento.

Género: Distribución equilibrada con ligero predominio femenino.

Nivel educativo: Alto, con predominio de estudios universitarios.

Ingresos: Medios y medio-altos, dispuestos a pagar por el valor ambiental de la experiencia.

#### ii. Procedencia geográfica

Predominio del turismo nacional (70–80%).

Principales mercados: Madrid, Cataluña, País Vasco, Comunidad Valenciana y Andalucía.

Internacional creciente: Francia, Alemania, Países Bajos, Reino Unido.

#### iii. Motivaciones

Contacto con la naturaleza, desconexión, aprendizaje ambiental, con rechazo del turismo masificado y valorando positivamente la contribución a la conservación.

#### iv. Comportamiento turístico

Estancias de 2–4 días o 5–7 días.

Grupos pequeños: parejas, familias concienciadas, pequeños grupos de amigos.

Actividades: senderismo interpretativo, observación de fauna, astroturismo, patrimonio y gastronomía local.

#### v. Características del producto esperado

Producto no masivo, con gran importancia de la interpretación ambiental, de la gestión de la capacidad de carga social y muy experiencial.

De acuerdo con lo anterior, y si hemos de entender las actividades realizadas en el contexto del proyecto CAPRIF-CC como demostrativas de la oferta turística que esos mismos agentes desarrollan en su oferta habitual, podemos concluir que estas se ajustan bastante al público considerado objetivo preferente en ecoturismo.

Este perfil, dado que es el más representativo y está avalado por los trabajos que, año tras año, realiza la Asociación de ecoturismo en España, ha de tenerse en cuenta como referente a la hora de diseñar estrategias, productos y acciones que impulsen el desarrollo del segmento de ecoturismo en el territorio Ancares Courel.

### **b. Promoción y difusión**

Para alcanzar al público objetivo, como hemos visto muy específico, es necesario generar una comunidad de personas interesadas en este tipo de actividades y en el destino Ancares Courel.

Esta será la base sobre la que habrá de crecer el número de personas que ya han participado en alguna de las actividades e iniciativas del territorio, pasando así de “interesados” a “turistas satisfechos”.

Este proceso es muy importante si atendemos a que el canal de difusión más destacado es el boca a boca. De ello depende conseguir una “tasa de atracción inducida”, esto es, el número de nuevos visitantes generados por cada turista satisfecho. Sin olvidar que este proceso no es inmediato, sino que requiere una acción de promoción continuada en el tiempo, entre 6 y 12 meses.

Los datos de diversas fuentes (Observatorio de ecoturismo, Turespaña, Instituto de turismo responsable, OMT / ONU Turismo) coinciden en que, en productos turísticos experienciales y sostenibles, **un turista satisfecho puede generar entre 1,2 y 2 turistas adicionales**, con tasas de atracción inducida situadas entre el **15 % y el 25 %**, superiores a las del turismo convencional.

En cuanto a los canales idóneos para lograr este objetivo, destacamos aquellos que mantienen el contacto directo y personalizado, aportando un mayor crecimiento orgánico, como es el caso de WhatsApp, correo electrónico / boletín electrónico, etc.

Paralelamente, es necesario seguir con el trabajo en redes sociales, afinando cada vez más en la segmentación, tanto de perfil como territorial. Sin olvidar el mantenimiento de las webs de referencia en el territorio y su actualización y mejora constantes.

En el informe C Recomendaciones de mejora, se incluyen unas orientaciones sobre un posible plan de comunicación y promoción.



### c. Producto

En ecoturismo, la experiencia del cliente es un medio, no un fin. El objetivo último es: conservar el patrimonio natural, fortalecer el territorio y generar conciencia ambiental, a través de una experiencia turística responsable. Por tanto, la experiencia vivida y con ello, la calidad del producto es determinante para la sostenibilidad económica.

Los datos nos confirman el alto potencial del territorio para el desarrollo de productos ecoturísticos diversificados, con elevados niveles de satisfacción y una disposición a pagar compatible con tarifas técnicas sostenibles.

A partir de los resultados obtenidos se proponen las siguientes líneas de producto ecoturístico con mayor potencial de crecimiento en el territorio:

- I. Salidas de observación de la naturaleza y biodiversidad, con interpretación de flora (especialmente las micro reservas de orquídeas y micología) fauna y aves, dirigidas a público general y familiar. En el caso de orquídeas y setas, hay calidad y singularidad suficientes para atraer, también, a público especializado.
- II. Rutas interpretativas geológicas, poniendo en valor la singularidad del sustrato y del paisaje, visitas a cuevas, etc.
- III. Actividades de astronomía y observación de estrellas, sin olvidar la oportunidad que se presenta este año, con la observación del eclipse solar total, que tendrá lugar el 12 de agosto.
- IV. Rutas de senderismo interpretativo de carácter transversal.
- V. Productos combinados (naturaleza + astronomía o geología + senderismo), con mayor valor añadido.

En cuanto al precio y a la vista de estos resultados obtenidos, se propone una tarifa técnica de referencia de 20 € por persona, al situarse muy próxima al precio medio observado ( $\approx 19$  €), dentro del rango de mayor concentración de respuestas (15–25 €), y sin impacto negativo sobre la satisfacción percibida.

Hemos de considerar esta tarifa como precio base, de acuerdo con los datos aportados por los asistentes a las actividades. Esto es, una orientación que ha de ser contrastada con los costes reales de cada una de las actividades, para poder obtener referencias reales que sirvan a los respectivos proveedores locales, a la hora de generar sus tarifas.

En caso de volver a realizarse algún tipo de actividad que pudiera contar con financiación externa, como fue el caso de CAPRIF-CC, se aconseja aplicar una tarifa reducida a cada actividad, para implicar a cada participante en el mantenimiento y la sostenibilidad del destino, tratando de evitar las actividades totalmente gratuitas, que quedarían limitadas a acciones promocionales y / o de voluntariado ambiental.