IV CONGRESO NACIONAL DE ecoturismo

Guadix. Sierra Nevada

13 al 15 Noviembre 2019

PRODUCTOS DE ECOTURISMO. GRUPO 1:

SENDERISMO Y ECOTURISMO CULTURAL

Itinerànnia. Creación, gestión y promoción de un producto de senderismo con 15 años de trayectoria

Adriana Ramon, Project manager

LA PROPUESTA

Creamos la primera red viaria de senderos, que permite llegar a cualquier lugar desde cualquier lugar.

Una red interterritorial, que une el Ripollès, la Garrotxa y el Alt Empordà, para crear un producto turístico, especializado y de calidad, transversal en el territorio, competitivo en los mercados y sostenible en la destinación

La red supone ordenar y recuperar el patrimonio natural, los recursos históricos y valorizar la antropología local, porqué parte de 2000 años de caminos históricos

INICIO DE LA COOPERACIÓN

En el año 2004, la Garrotxa en una de las actuaciones de la Carta Europea de Turismo Sostenible buscaba un producto para desestacionalizar y mejorar la hiperfrecuentación en algunas zonas que se planteó como una oferta estructurada en senderismo.

Contactaron con las comarcas vecinas unidas por la zona de la Alta Garrotxa y les propusieron ser copartícepes en el proyecto, per transformarse un un destino más competitivo en senderismo.

MISIÓN DE LA RED DE SENDEROS ITINERÀNNIA

Crear una red de senderos que conecte el patrimonio natural y paisajístico, los recursos históricos y culturales y de valor a la antropología rural local.

Desarrollar las potencialidades intercomarcales para la creación de un recurso especializado, de calidad, diferenciado, transversal en el territorio, competitiv o en el mercado y sostenible economica, social y medioambientalmente

QUE SUPONE PARA EL TERRITORIO

Interacción, solidaridad y cooperación, y contribuye a:

-**Mantener y preservar el medio natural**

-**Mejorar las rendas locales**

-**Crear nuevas oportunidades de negocio**

-**Crear lugares de trabajo**

-**Atraer flujos sensibilizados con los valores de la idiosincracia local**

-**Equilibrar la hiperfrecuentación**

-**Desestacionalizar**

-**Apostar por un modelo turístico de creación de experiencias de consumo**

CONSEJO DE DINAMIZACIÓN ITINERÀNNIA

Comisión política: **Presidentes de los Consejos Comarcales y de las entidades de promoción turística**

Comisión ejecutiva: **Un miembro ejecutivo de cada Consejo Comarcal y de cada entidad**

Comité de pilotaje **Un miembro de cada entidad de promoción turística**

QUIÉN ES QUIÉN: Consejo dinamizador

Turisme Garrotxa: **Entidad asociativa, de carácter mixto, nacida de la voluntad de servicio de la administración pública, implicando en los órganos de gobierno y gestión a la iniciativa privada.**
Consell Comarcal de la Garrotxa: **Administración pública que da servicio a todos los municipios de la comarca**

Consorci Ripollès Desenvolupament: **Carácter mixto y intersectorial, es la agencia de promoción económica de la comarca.**
Consell Comarcal del Ripollès: **Administración pública que da servicio a todos los municipios de la comarca**

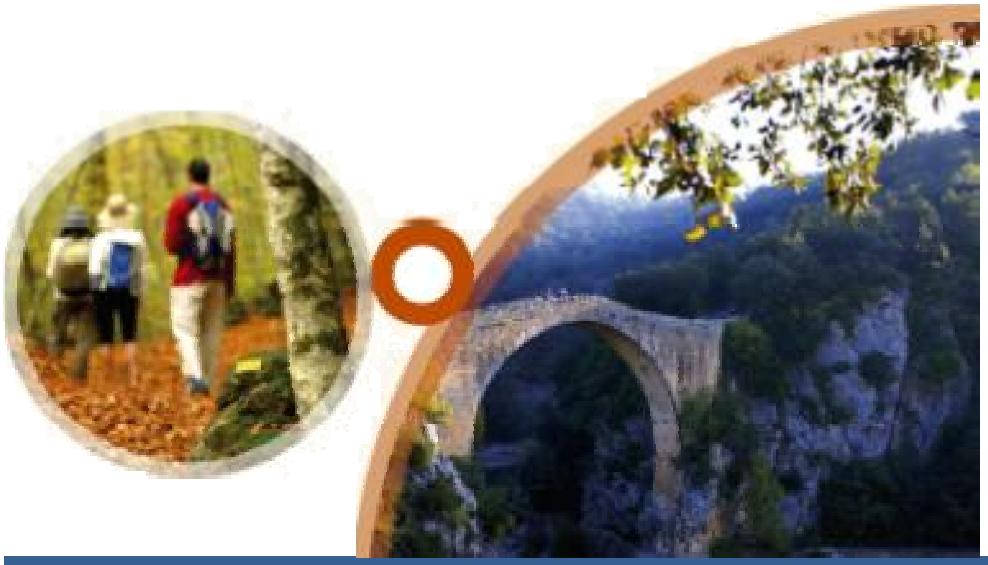
Alt Empordà Turisme: **Entidad asociativa, de carácter mixto, se impulsa la dinamización de nuevos productos.**
Consell Comarcal Alt Empordà: **Administración pública que da servicio a todos los municipios de la comarca**

QUE PERSEGUIMOS: líneas estratégicas

1) Disponer de una única red de senderos de uso público para ser utilizada como infraestructura de soporte a actividades en el medio natural

2) Generar impacto económico vinculado a la red de senderos

3) Impulsar la dimensión social de la red de senderos



Disponer de una única red de senderos de uso público para ser utilizados como infraestructura de soporte a actividades en el medio natural

CREACIÓN DE LA RED DE SENDEROS

Primer paso
Realización de un inventario de los caminos de cada comarca y selección de los históricos

Mapa de caminos históricos

Segundo paso
Seleccionar la red básica de senderos

Mapa de recursos turísticos, naturales y culturales

Tercer paso
Realización

Mapa de servicios turísticos

CREACIÓN DE LA RED DE SENDEROS

Metodología
Aplicación de criterios de selección de senderos

Cuadro de valoración

CRITERIS				
¿Pasa cerca de un establecimiento turístico?	Cap	1 a 3	+3	
	1	3	5	
¿Pasa cerca de un servicio básico de la comarca?	Cap	1 a 3	+3	
	1	3	5	
¿Pasa cerca de un recurso de alto interés?	No	Sí		
	1	5		
¿Pasa cerca de otros recursos de interés?	Cap	1 a 5	6 a 10	+ 10
	1	2	3	5

CREACIÓN DE LA RED DE SENDEROS

Superposición de mapas

Caminos históricos+recursos turísticos+servicios turísticos+aplicación de los criterios de selección

Una vez elegidos los senderos, se limpiaron y rehabilitaron todos los caminos que estaban en desuso

2.500 kms. de caminos entre los tres territorios

SEÑALIZACIÓN

Para que la idea de red funcione es imprescindible señalizar la dirección y duración de la ruta

Hacer el símil con una carretera

Procurar una señalización común de acuerdo con los criterios de los parques naturales e integrada con las señalizaciónes existentes

La señalización horizontal consiste en marcas rectangulares de 10x3 cm

La señalización vertical

En los cruces de caminos, se indican las diferentes direcciones y tiempo hasta donde te puedes dirigir

Señalización itinerarios
El manual prevé la incorporación de rutas alrededor de las poblaciones en forma de itinerario, en estos casos se marcaran elementos de interés, elementos patrimoniales…

SEÑALIZACIÓN

El trabajo coordinado y la ejecución de un mantenimiento constante van creando nuevas necesidades y nuevos retos para la gestión de la red

Ampliación señalización nuevos usos

Se incorpora en el manual de señalización elementos nuevos para incorporar itinerarios de bicicleta, correr….

Coordinación con entidades que señalizan rutas

Se incorpora información en los señales: de ruta promocionadas por dos entidades conjuntamente o de rutas coincidentes en el mismo camino

MANTENIMIENTO

En el consejo dinamizador la responsabilidad de mantener los caminos de la red es tomada por los consejos comarcales.

SIN MANTENIMIENTO NO PUEDE HABER NINGÚN PRODUCTO

El coste anual aproximado de mantenimiento en las tres comarcas es de unos 100.000€, solo de limpieza y mantenimiento de la señalización horizontal.

Cada comarca tiene diferentes fórmulas para contratar el mantenimiento

Generar impacto económico vinculado a la utilización de la red de senderos

PROMOCIÓN DE LA RED DE SENDEROS

En el consejo dinamizador la responsabilidad de la promoción la toman las entidades de promoción turística, en sus planes de actuaciones anuales incorporan todas las acciones de promoción de Itinerànnia

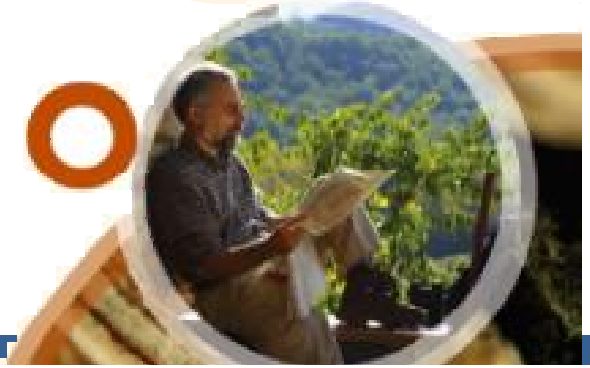
- **Público prescriptor**
- **Público usuario**
- **Agentes turísticos**
- **Turista actual y potencial**

IV CONGRESO NACIONAL DE ecoturismo
Guadix. Sierra Nevada
13 al 15 Noviembre 2019

ACCIONES DE DIFUSIÓN Y FORMACIÓN PARA PRESCRIPTORES

Público prescriptor

Agentes turísticos



- **Formación para el sector sobre las necesidades de los clientes de senderismo**
- **Visita organizada para oficinas de turismo y establecimientos para conocer la señalización y recorridos**
- **Viajes de formación para agentes turísticos a otros destinos punteros en senderismo y de actividades en el medio natural.**
- **Participación en jornadas y seminarios en España y Francia**
- **Formación para el sector de la herramienta de creación de itinerarios y de la app**

CREACIÓN DE PRODUCTO GENÉRICO

Público prescriptor

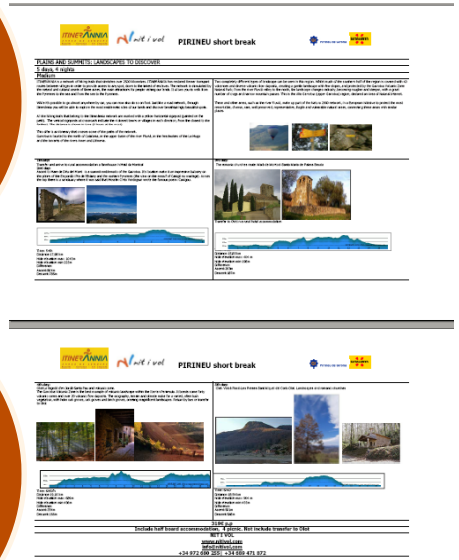
Agentes turísticos

- **Propuestas de itinerarios sobre la red básica, folleto y descripción para oficinas de turismo**
- **Soporte a municipios en la creación de nuevos itinerarios densificando la red: realización de los contenidos de la señalización y coordinación de la elaboración de los folletos**
- **Servicio a los establecimientos para poder proponer rutas personalizadas desde sus alojamientos usando la red**

CREACIÓN DE PRODUCTO ESPECIALIZADO

Público prescriptor

Agentes turísticos



- **Estudios de mercado de la oferta de productos senderistas de operadores en Francia, Gran Bretaña, Alemania, Bélgica y Noruega: Hábitos turísticos en cada país, Análisis de la naturaleza de los operadores, Análisis del catálogo y oferta, Estructura y composición del producto para crear productos adecuados**
- **Mesas de trabajo para la creación de productos con empresarios y oficinas de turismo**
- **Preparación de portfolio de productos para poder ofrecer a operadores**

COMERCIALIZACIÓN

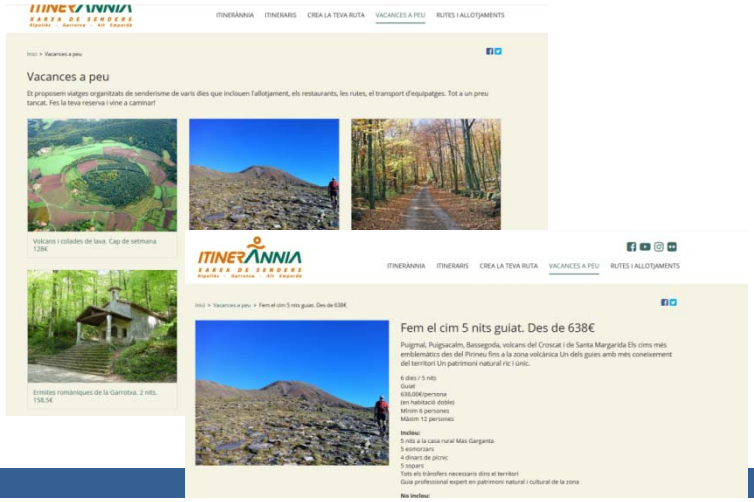
Público prescriptor

- **Assistencia a workshops con operadores especializados, ofrecemos contacto con agencias receptivas locales para que sean su DMC o ayuda en la creación de producto**

- **Preparación de famtrips a medida para operadores interesados**

Agentes turísticos

- **Colaboración con agencias receptivas locales que están vendiendo productos que utilizan senderos de la red para que se puedan promocionar en nuestra web enlazando con su plataforma de comercialización: Vacaciones a pie**



IV CONGRESO NACIONAL DE ecoturismo
Guadix. Sierra Nevada
13 al 15 Noviembre 2019

ACCIONES DE COMUNICACIÓN PARA PÚBLICO USUARIO

Público usuario

Turista actual y potencial

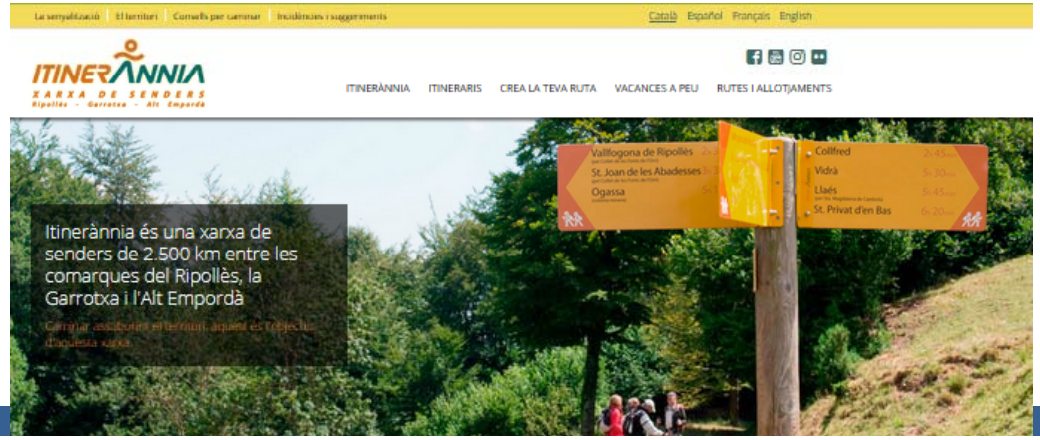
- **Reportajes en medios genéricos y especializados: Panxing Pirineus, Pirineos, Grandes Espacios, Diari Sport, Què fem?**
- **Ruedas de prensa**
- **Vídeo de difusión del proyecto**
- **Publicación de notícias en medios locales y provinciales**
- **Asistencia a ferias internacionales especializadas en senderismo**

ACCIONES DE DIFUSIÓN PARA PÚBLICO USUARIO

Público usuario

Turista actual y potencial

- **Inclusión de información de Itinerànnia en los materiales promocionales de cada comarca**
- **Acuerdo con editorial cartográfica para la edición de mapas de cada comarca a la venta en librerías y tiendas especializadas**
- **Web (itinerannia.net) y herramienta de rutas a medida**
- **Aplicación para móviles con rutas**
- **Realización de mapas promocionales específicos de senderismo y cicloturismo en cada comarca**
- **senderistas**



ACCIONES DE DIFUSIÓN PARA PÚBLICO USUARIO

Público usuario

Turista actual y potencial

- **Distribución de folletos de rutas en establecimientos y ferias genéricas a las que se participa en cada comarca**
- **Dinamización a través de redes sociales: Facebook, Instagram, Wikiloc, rss**
- **Estudio de canales para llegar a público final de Francia, Gran Bretaña, Alemania, Bélgica y Noruega con acciones específicas : Ferias de referencia de cada país, Principales medios especializados, Asociaciones y federaciones**

INDICADORES ECONÓMICOS

Cada año se actualizan una serie de indicadores económicos para calcular el impacto económico que supone la red de senderos y su promoción:

- **Número de mapas vendidos anualmente**
- **Número de visitas al web y a los itinerarios**
- **Número de seguidores en redes sociales e impacto de los posts**
- **Impacto económico de los paquetes vendidos a través de operadores (contribución a la desestacionalización):**

	Importe estimado a partir del precio de los paquetes turísticos analizados	Importe estimado en gasto en alimentación (8,57%)	Importe estimado gasto en comercio y compras (15%)	**Importe estimado total**
133 productos – senderismo	2.712.302 €	232.443€	406.845 €	**3.351.590 €**

Impulsar la dimensión social de la red de senderos

ITINERÀNNIA
XARXA DE SENDERS

COLABORACIÓN CON ENTIDADES LOCALES

Colaboración en la organización de eventos con centros excursionistas, clubes y entidades deportivas, utilizando caminos de la red.

Modificación de trazados recogiendo el conocimiento de la gente local.

Colaboración con la FEEC para mejoras en los GR's

Coordinación con todas las entidades que señalizan caminos

SENSIBILIZACIÓN DE LA POBLACIÓN LOCAL

Realización de actuaciones a nivel local para ampliar el conocimiento del modelo a nivel local y conseguir que el recurso sea un valor importante para la población

Actuación realizada en 2019: Festivales de senderismo

IV CONGRESO NACIONAL DE ecoturismo

Guadix. Sierra Nevada

13 al 15 Noviembre 2019

MUCHAS GRACIAS

aramon@itinerannia.net

www.itinerannia.net

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO · SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO · TURESPAÑA

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA · ORGANISMO AUTÓNOMO PARQUES NACIONALES

JUNTA DE ANDALUCIA · CONSEJERÍA DE TURISMO, REGENERACIÓN, JUSTICIA Y ADMINISTRACIÓN LOCAL · CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y DESARROLLO SOSTENIBLE

Andalucía · Diputación de Granada · Avanzamos junt@s · Granada · Asociación para el Desarrollo Rural Comarca de Guadix · Excmo. Ayuntamiento de Guadix · SIERRA NEVADA Asociación Foro de la Carta Europea de Turismo Sostenible · soy ecoturista · CLUB ECOTURISMO EN ESPAÑA