



ACTA DEL 6º SEMINARIO DEL CLUB ECOTURISMO EN ESPAÑA CENEAM. Valsaín (Segovia), del 18 al 20 de junio de 2018

1. PRESENTACIÓN DE LA UTILIDAD DEL SEMINARIO.

El Seminario permanente Club Ecoturismo en España se ha consolidado como seminario permanente contemplado en el Plan anual de Actividades del CENEAM, en el marco del convenio entre el MITECO y el MINCOTUR para el impulso del Ecoturismo en la Red de Parques Nacionales y en la Red de Reservas de la Biosfera Españolas.

El ecoturismo es el viaje a un área natural para conocerla, interpretarla, disfrutarla y recorrerla al tiempo que se aprecia y contribuye de forma práctica a su conservación, sin generar impactos sobre el medio y repercutiendo positivamente en la población local (**Declaración de Ecoturismo de Daimiel, 2016**).

El ecoturismo está siendo impulsado por la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR), por las CC.AA. (administraciones ambientales y turísticas), por el sector privado, y por el **Organismo Autónomo Parques Nacionales (OAPN)**, que a través del CENEAM desarrolla un plan anual de actividades que incluye la celebración de “seminarios permanentes”, entendidos estos como reuniones de trabajo anuales que permiten analizar con los actores implicados un tema concreto de interés para las metas de desarrollo sostenible.

El Seminario permanente Club Ecoturismo en España ofrece una buena **oportunidad y un método de trabajo para avanzar de forma práctica en la resolución de las necesidades del sector del ecoturismo**. Además sirve como lugar de encuentro para los actores implicados en torno a este producto con el fin de mejorarlo.

Los empresarios de turismo ubicados en espacios protegidos han recibido formación específica desde las administraciones públicas para implantar sistemas que habilitan para adherirse al club Ecoturismo en España. Estos sistemas de buenas prácticas mejoran la sostenibilidad de las empresas turísticas y permiten diferenciarlas frente a la demanda, y para configurar experiencias de ecoturismo.

Ecoturismo en España es un club de producto que se traduce en una red de destinos que ofrecen este producto de ecoturismo, organizado gracias a la aplicación de la “caja de herramientas del Club Ecoturismo en España, facilitada por la Asociación Ecoturismo en España, asociación sin ánimo de lucro que agrupa a gestores de destinos de ecoturismo y asociaciones de empresas de turismo ubicadas en las áreas de influencia socioeconómica de los espacios protegidos. Esta caja de herramientas sirve para planificar, promocionar y gestionar el producto y los destinos adheridos.



2. OBJETIVOS.

Este 6º Seminario fijó los siguientes:

- Dar a conocer la situación del club Ecoturismo en España
- Conocer la capacidad de cada participante en implicarse en el club Ecoturismo en España
- Acordar procedimientos de trabajo en red del Club Ecoturismo en España y aplicarlos por cada Asociación
- Formular propuestas de acciones de promoción a realizar con el club Ecoturismo en España.

3. DESTINATARIOS.

En el 6º Seminario permanente Club Ecoturismo en España estuvieron presentes:

- Personal técnico y representantes de las asociaciones empresariales de turismo ubicadas en espacios naturales protegidos y en sus áreas de influencia socioeconómica.
- Técnicos de grupos de desarrollo rural interesados en el producto y representantes de Entidades locales ubicadas o gestoras de destinos de ecoturismo.

En total **asistieron 41 técnicos**, si bien algunos no pernoctaron, pues procedían de la Comunidad de Madrid.

4. RESULTADOS DEL PROGRAMA.

Lunes 18 de junio:

Presentación del 6º Seminario. Javier Pantoja (director del CENEAM) y Esther Bueno y Ricardo Blanco (coordinadores del Seminario) presentan objetivos del 6º Seminario.

- **Ronda corta de presentación de asistentes.** Cada asistentes se presentó en 2 minutos diciendo nombre y cargo, asociación a la que representa, relación con el club de producto o con el ecoturismo.

Evolución del producto Ecoturismo en España. Ricardo Blanco.

Expone que los principales resultados del club van ligados a las actuaciones de impulso definidas en la hoja de ruta de la Declaración de ecoturismo de Daimiel:

- **Reconocimiento del producto y del ente gestor del club:** la Asociación Ecoturismo en España (AEE) es el ente gestor de este club de producto y actúa como tal desarrollando actividades de promoción útiles para los miembros del club y las empresas de turismo.



- **Se dispone del Documento Recomendaciones** planificación, promoción y gestión del Ecoturismo en España, útil para los gestores locales y para los gestores turísticos de las CC.AA.
- Se establece un **apoyo económico a la Asociación Ecoturismo en España** para la creación del Observatorio Ecoturismo en España (convenio subvención nominativa 2017 y 2018). Esta iniciativa ha dado como resultados un perfil del ecoturista consumidor en los destinos del club y con las empresas adheridas.
- **Se anuncia la oficialidad del Congreso Nacional de Ecoturismo** como encuentro anual del sector para debatir sus necesidades y soluciones. En 2018 será en la Reserva de la Biosfera de Muniellos – Fuentes del Narcea del 13 al 15 de noviembre.

Novedades relacionadas con el producto Ecoturismo en España:

- En el marco del Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad se prevé la implantación del Sistema de Reconocimiento de la Sostenibilidad Turística de la Red Natura 2000.
- Se está cooperando con la Red Rural Nacional (RRN) para realizar acciones formativas sobre ecoturismo. Se sugiere a la AEE que solicite ser miembro de la RRN, con el fin de que pueda proponer acciones de formación y participar en las estrategias nacionales de freno contra la despoblación del medio rural y en otras iniciativas de la RRN, además de poder divulgar el club a través de la RRN.
- El producto Ecoturismo en España se ha incorporado al proceso de elaboración de la Estrategia Española de Economía Circular que lleva el MITECO con todos los ministerios.

Situación del Club Ecoturismo en España, resumen de situación y vías de financiación.

Gerencia del Club Ecoturismo.

La gerente explica la misión de la AEE, sus herramientas, y sus resultados en el último año, entre los que destaca la participación positiva en el plan anual de promoción con Turespaña, y la puesta en marcha del Observatorio de Ecoturismo en España.

Explica cómo funciona la Asociación Ecoturismo en España y sus mecanismos de financiación.

Martes 19 de junio:

Observatorio de Ecoturismo en España.

La gerencia expone el primer avance de resultados del cuestionario de demanda, del cuestionario de oferta y del cuestionario de gestores. Resultados de la implicación por destinos y por empresas. Propuestas y recomendaciones para mejorar el Observatorio y su dinámica de cuestionarios y recompensas y participación de los gestores de los destinos del club.

Resultados principales:

- **El Observatorio ha logrado diseñar 3 cuestionarios que son la base para seguir la evolución del producto** (demanda, oferta y gestión).



- El cuestionario online ligado a la campaña de promoción ha dado como resultado **conocimiento de los perfiles de consumidores de ecoturismo en España**. Además de conocer el gasto turístico que hacen en las empresas y destinos del club. El cuestionario ha servido para comunicar a los clientes la marca www.soyecoturista.com y sirve para tener una base de datos de ecoturistas (embrión de club de consumidores).
- El cuestionario de oferta aporta datos sobre **cómo son las micro-pymes** que sustentan el producto, cómo son los servicios de ecoturismo, la evolución de la facturación y las repercusiones socioeconómicas del producto.
- El cuestionario a los gestores de los destinos de Ecoturismo en España aporta conocimiento sobre **cómo están funcionando los actores locales que están realizando la promoción y gestión turística de cada destino**, evidenciando sus necesidades actuales y las posibles actuaciones de mejora a considerar.
- Los resultados sirven para **comunicar a las AA.PP. que el Ecoturismo es un producto beneficioso** para el desarrollo sostenible y la conservación de la biodiversidad, al que deben apoyar.
- El observatorio debe continuar para realizar un **seguimiento de la oferta, la demanda y las necesidades de gestión de los destinos especializados** en ecoturismo.
- El observatorio también **sirve para identificar buenas prácticas en la gestión turística** de los destinos, e intercambiarlas.
- El observatorio sirve como herramienta para **producir conocimiento de mercado (oferta y demanda) útil** para las DG de Turismo de las CC.AA. y para la SETUR.

Claves para la promoción on-line nacional e internacional del Ecoturismo. Club Ecoturismo.

Un experto en promoción online explicó cómo debe mejorarse la promoción que hace el club ecoturismo en España, partiendo del análisis previo que este experto haya podido hacer previamente de la web (su tráfico), las RR.SS., la imagen del club, etc.

Taller 1: aplicar procedimientos comunes para la promoción on-line del Club Ecoturismo, sus destinos y empresas adheridas.

Inspirados en el análisis anterior y guiados por el experto y la gerencia del club, **se trabajó con los gestores de los destinos de ecoturismo para establecer procedimientos comunes que se plasman en:**

- *La visibilidad del producto Ecoturismo en España, su logo, su nombre (Ecoturismo en España, Ecoturismo en Doñana, etc) y su marca (soyecoturista en ...).* La gerencia facilitará los logos del club. El resultado del taller: las asociaciones participantes deberán poner en marcha este procedimiento en sus respectivos destinos.
- *Trabajar una presentación sencilla y gráfica para que todos los destinos del club la usen como presentación interna a sus socios, pero también en las acciones de promoción y divulgación de su asociación.*
- *Procedimiento de actualización de la web del club y sus contenidos.*
- *Procedimiento para nutrir las RR.SS. del club y para compartir y multiplicar su alcance.*



- *Otros procedimientos* que se decidan y se pongan en marcha de forma comprometida y responsable por todos.

Claves para la comercialización internacional de los destinos, empresas y experiencias de Ecoturismo. Club Ecoturismo.

Desde una agencia especializada se expondrán las vías de comercialización existentes:

- Directa desde la empresa
- Portales de experiencias
- Agencias especializadas
- Cajas de experiencias
- Centrales de reserva y plataformas de venta cruzada

Taller 2: aplicar las claves de comercialización al Club, sus destinos y empresas adheridos.

Se presentaron las vías de comercialización por agencias de viajes para mejorar la comercialización del ecoturismo.

Miércoles 20 de junio:

Nuevas actuaciones 2018-2019 del Club Ecoturismo en España.

Se trabajó conjuntamente para producir propuestas de nuevas actuaciones de los socios para mejorar la visibilidad y difusión del Club y sus socios (Ej: Escuela de Ecoturismo, uso del término ecoturismo, rebaja del IVA de las actividades de ecoturismo).

Taller3: Propuestas para cooperar en la mejora de la promoción del producto y sus destinos

El taller propuso a los participantes que expresaran sus posibles aportaciones desde sus entidades para dar VISIBILIDAD DEL CLUB, participar en sus REDES SOCIALES y en la WEB DEL CLUB, y en sus ACCIONES DE PROMOCIÓN.

A continuación figuran las ideas y compromisos expresadas por los participantes:

SIERRA DE ARACENA Y PICOS DE BROCHE, AETS:

- Tarea nº 1: Organizar con centro de apoyo al desarrollo empresarial (cade –Agencia Idea) Seminario de formación – presentación del club de ecoturismo en el territorio
- Tarea nº 2: con Cangas del Narcea, poner en marcha una acción de cooperación entre destinos para co-promoción y mantenimiento como experiencia piloto extensible Posteriormente al resto del club.
Wasap creado con las empresas de turismo de la asociación.
- Tarea nº 3: organizar un fam trip para agencias especializadas con el Club y Turespaña y recibirlas en el P. Natural.



Turismo VERDE de Huesca:

- Organizar una jornada de visibilidad Club en destino (jornada en Aínsa en septiembre de 2018)
- Redifundir fotografía y acuerdo de ecoturismo-ecoturista
- Participar en las RRSS.
- ACCIÓN DE PROMOCIÓN: comunicar programa de formación, promoción etc. De la Asociación

ASOCIACIÓN PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA AXARQUIA:

- Adherirnos al club
- Jornada sensibilización en el territorio
- Una vez adheridos incluir el logotipo en nuestras ediciones y presentaciones
- Difundir en Redes Sociales
- Acciones de promoción:
 - Famtrip
 - Trabajo y Relación con la oficina de turismo en el extranjero (Turespaña)
 - Otras acciones posibles incluidas en las actividades del Club

COMARCA DE SOBRARBE, GEOPARQUE DE SOBRARBE

- VISIBILIDAD DEL CLUB EN CADA DESTINO: enviar a todos los socios las presentaciones más importantes del seminario.
 - Realizar una nota de prensa local del seminario y de qué significa ser ecoturista y destino ecoturista.
 - Placa Metacrilato o pegatina para los establecimientos que lo deseen.
- REDES SOCIALES: compartir experiencias ecoturista de nuestros socios y enviarlas al club por si considera oportuno compartirlas también en sus redes, también compartir nosotros las experiencias de otros ocios que veamos en las redes del Club para fomentar y dar ejemplos de otras actividades ecoturistas en otros lugares.
- WEB DEL CLUB: especial hincapié en dar visibilidad a las actividades y experiencias de los socios que fomentan el uso y disfrute sostenible de nuestros recursos naturales, y que ayudan al asentamiento de los habitantes del territorio. Insistir en la definición de ser ecoturista.
- ACCIONES DE PROMOCIÓN:
 - Acciones del geoparque, insistir y dar a conocer el ecoturismo, y el Club
 - En las de formación contar con la presencia de gerencia, o ministerio, o socios para reforzar ideas y ejemplos de experiencias que funcionan en otros sitios y podrían funcionar en Sobrarbe
 - Viajes de trabajo y turismo de socios a otros destinos del Club

ASOCIACIÓN EMPRESARIOS TURISTICOS DE LOS VALLES OCCIDENTALES

- Visibilidad del Club en cada destino
 - Incorporar el logo en todo lo impreso de la asociación



- Pegatinas identificativas de los establecimientos
- Incorporación de la carta europea en los paneles informaciones del parque y oficinas de información así como centros de interpelación etc.
- presentar el club a los empresarios
- Redes sociales: incorporar logos
 - Compartir en las redes de cada grupo las publicaciones de las otras relativas a promoción al ecoturismo.
- Acciones de promociones compartidas:
 - Compartir espacios en ferias con presencia del Club en ecoturismo como tal.

Actor o asociación que no puso nombre en su aportación:

- Preparar una pequeña reseña sobre el Club y sobre lo que esto significa en cuanto a implicación y trabajo por parte de los destinos y empresas para que se incluya en todas las Webs y redes sociales (Facebook)
- Promoción conjunta:
 - Videos cortos de “héroes locales” del ecoturismo, con los pequeños empresarios, para poner en valor las personas que están detrás de la actividad ecoturística y el beneficio real de nuestras propuestas turística (se pueden colgar en la web, blog, redes...de manera regular)
 - Webinars en español sobre el Club, los destinos y la oferta ecoturística.
- Presentaciones en Ferias de consumo responsable:
 - Biocultura, Biotena,...
 - Presentaciones en Ferias Turísticas: Intur, Expovacaciones, B-travel, T Renal Navana
- Tener participación en el frantrip y B2B de Fitur
 - Que todos los destinos recopilen imágenes con valor añadido para la cuenta de Instagram

GEOVILLUERCAS

Compromisos – Acciones

- STAND DE SOYECOTURISTA EN FIO.
- VISIBILIDAD DEL CLUB
 - Logo IMÁN para que los ecoturistas lo pongan en el frigorífico de su casa
 - Logo Powerpoint en webs de socios del club y asociaciones
 - Logo alojamiento, vehículos (placa/pegatina)
 - Logo en facturas, folletos, etc.
 - Crear paquete entre los socios del club en cada territorio
- RRSS:
 - Hashtag # Sayecoturista, # Ecoturismo, etc...
 - Etiqueta a Soy Ecoturista en nuestras publicaciones
 - Crear grupo whatsapp entre miembros del Club
- Web Acciones recíprocas entre las webs
 - Publicaciones semanales de cada territorio y empresas en su blog asociado a la web y RRSS



- Enlace a las webs de las asociaciones y empresas del CLUB y la web del CLUB
- Acciones de Promoción compartidas con el CLUB
- INTRODUCIR ACTIVIDADES DEL CLUB ECOTURISMO EN GEOFOOD, GEOCULTURA, GEOLVENTURA, SEMANA DEL GEOPARQUE, etc...

LA GOMERA

- Visibilidad del club
 - Presentación del club a Cabildo y Gobierno de Canarias
 - Buscar coordinación de acciones de promoción del destino
 - Buscar a implicación para coordinar acciones y apoyar a la Asociación
 - Ecoturismo, el CLUB Y LA CETS son poco conocidas por el Cabildo en su promoción y para el Gobierno de Canarias.
 - Hacer un documento de normas de uso del logo del Club para las empresas y las asociaciones.
 - Entre PN y Ayuntamientos hacerlo llegar y explicarlo a las empresas
 - Intercambio entre empresas del Club
 - Buscar una fórmula de que unos empresarios puedan conocer otros destinos del Club
- Acciones de promoción:
 - Actualizar contenidos de la Gomera en Web del Club. También hay que
 - actualizar la propia web de ATUSOS
 - Hay que profundizar en las acciones programadas:
 - Famtrip, ferias, etc
 - Sobre todo ferias internacionales intentar estar

GEOPARQUE COMARCA DE MOLINA ALTO TAJO

- Visibilidad del Club Ecoturismo en nuestro destino.
 - Al formar parte del club como socios desde enero de 2018, primeramente acordar con la gerente de información a enviar de nuestro destino para aparecer en la web son ecoturista. Hacer una reunión con las empresas adheridas a la CETS para que conozcan dicho club, que representa una marca de calidad (sería interesante que alguno de soy Ecoturista nos apoyara con su presencia). Una vez formalizado todo esto le daremos visibilidad al logotipo en eventos que se realicen, en conferencias y congresos.
 - Volviendo a la CETS decidir qué ofrecer el sorteo de los viajes y que las empresas se involucren.

- Qué hacer con las RRSS:

En la página web del Geoparque hacer un apartado para la Asociación soy Ecoturista, informando a los usuarios. En facebook publicar noticias relevantes del club, compartir publicaciones y etiquetar / nombres al club. Todo esto podía ser recíproco, y creación de grupo de Wasap.

- Acciones de promoción compartidas.

En Fitur este año ya compartimos una campaña de promoción de productos gastronómicos de nuestra zona con la Asociación, pero nos queda mucho trabajo. Un buen punto de partida sería



en la semana de los Geoparques y en futuras ferias, por ejemplo en la IX edición de la Feria de la Trufa.

SUGERENCIAS:

- Placa del Club para los socios y pegatinas para las empresas que colaboren

DOÑANA, AMUPARNA

- VISIBILIDAD:
 - Presentación en el territorio del CLUB en la que participaran: Empresas Gestor del E.N. e instituciones locales
 - Enviar una pegatina a los establecimientos del club. (Si se espera a que cada cual “imprima” la suya no se hace)
 - Uso del logo en todos los documentos y folletos.
 - Grupo de wasap con los implicados
 - Un stand del Club en nuestra feria
- RRSS:
 - Multiplicar e interactuar con las publicaciones del Club. Usar siempre en nuestras publicaciones en # soy ecoturista y etiquetar.
- WEB:
 - Actualizar nuestra información en la web del Club.
- PROMOCIÓN:
 - Famtrip. Asesoramiento o Guía para decidir a qué feria o acciones promocionales nacionales-europeas podemos asistir como Destino con nuestros propios medios.
 - Consideramos importante conocer ejemplos de buenas prácticas de asociaciones o destinos “Ecoturistas” nacionales y/o internacionales para que los empresarios de nuestro Club conozcan los beneficios y oportunidades que este proyecto aporta.

EUSKADI

- Mejoras del producto ecoturismo es
 - Visibilidad del Club en cada destino
 - Redes sociales
 - Web
 - Acciones de promoción comprometida
- Incorporamos como destino en breve / REA/ + FORO + FERIA
- Convenio colaboración con el club
- Dar a conocer a las Asociaciones y a los miembros de la red de ecoturismo de Euskadi (GEOPARQUE, DRIBAI, PARQUES, BIRONE, EKOEDEAK).
- Neb – Apartado de Ecoturismo de Euskadi, vinculada a la NEG del club.
- Colaborar entre las CC.AA con club de Ecoturismo de cara a promocionar ventas cruzadas: Euskadi + Navarra



RESERVA DE LA BIOSFERA MONFRAGÜE

- VISIBILIZAR AL GRUPO ENTRE EL GRUPO HERRAMIENTA
 - Sistema de fidelización por ofrecer el resto de establecimientos.
 - Promoción interna cuando se realicen los seminarios a los diferentes establecimientos y actividades de ese territorio.
 - Dirigirnos a los no clientes: Analizando por qué no son clientes e intentar que lo sean.
 - Programar la percepción SIMBÓLICA DE LA MARCA PARQUE. Diseñar entre todos, el órgano gestor.
 - Pegatina, entregar aquellos clientes que se han considerado ecoturistas y no lo sabían.

DELTA DEL EBRO Lucia Castaño y Montse

- Visibilidad
 - Continuar poniendo el logotipo en trípticos, banners, lomas ferias y añadimos mandar al Club nuestras acciones para mejorar la comunicación
 - PRECEDENTE que nos forméis mejor sobre (que quien es) ecoturismo.
 - Explicar el concepto d' Ecoturismo en todas nuestras presentaciones públicas (Polel, Gina, Llúcia, Montse...) todos!!!
 - Reunión (a partir de septiembre) con todos/as asociados para explicar concepto (que, quien) ecoturismo, reforzar datos observatorio...
 - De forma inmediata mensaje asociados/as que formulen la encuesta del observatorio y revista SOLDADO (logo+explicación)
- REDES
 - Asociados logos en sus webs y personal empresa que sigan Facebook ECOURISTA
 - Asociados continuar compartiendo información redes...
 - Fomentar observatorio
- ACCIONES PROMOCIÓN:
 - Ejecutar el 18/11/18 puertas abiertas/día ecoturismo, que ya estamos organizando y promocionando desde el mes de mayo que hicimos la presentación.
 - Planificar jornada Instituto Secundaria GFGS (Gestión Alojamiento Turísticos), Guías Turísticas i a la URV (grado turismo)
- GESTORA PARQUE
 - Evitar duplicidad esfuerzos, cursos Informadores del Parque que expliquen Club Ecoturismo

FUENTES DEL NARCEA

- Desde la Asociación conseguir el mayor número de socios a incluir en el Club, utilizar el logo del Club en la promoción individual de cada socio.
Desde la Dirección del Parque mayor implicación con el ecoturismo: organización de jornadas, eventos, relación entre Reserva de la biosfera y sector turístico R. B. y desarrollo sostenible
- Creación de un mensaje que identifique al Club común para todos y que se utilice en los Post. Campañas puntuales.



- Transmitir a través de la Web esas emociones que el usuario de ecoturismo Siente o vive con las distintas experiencias, más contenido con actividades singulares.
- Cooperación entre los asociados en campañas de promoción bajo el paraguas del Club. Intercambio o viajes de conocimiento entre las distintas asociaciones del Club. Elaboración de un díptico o flyers con márgenes significativas de la aportación que el cliente hace a un territorio cuando es ecoturista.

Asociación Sierra Nevada Sostenible PARQUE SIERRA NEVADA

- INCREMENTAR LA VISIBILIDAD DEL CLUB
 - Inclusión de ponencia en el curso de guías del Parque Nacional (sobre el Club y sobre la Carta Europea) y en otros cursos, seminario,... y similares
 - Explicar en cada reunión de la Asociación del Foro de la CETS en Sierra Nevada, las acciones y avances del Club de Ecoturismo, referidas al territorio
 - Inserción de un artículo sobre el club y las acciones en Sierra Nevada, en el Boletín Trimestral de Sierra Nevada.
 - PARQUE – Implicación en el congreso de Ecoturismo. Ecoturismo, logística, personal...

S ≡ ESPAÑA TURÍSTICA

- Visibilidad Club en destino.
 - Club ecoturismo (soy Ecoturista) como marca de referencia para todas las acciones realizadas en el territorio Sierra Espuña, con marca de cohesión dentro de nuestro territorio
 - Presentación del Club en el territorio.
- RRSS.
 - (TRABAJAR EN RED) mandar o transmitir toda la información para que sea compartida.
 - Incluir el logo del Club en algunos Post.
 - Retwees de los contenidos del Club
- WEB.
 - Dar más y mejor visibilidad o la marca soy ecoturista en todas las acciones particulares y colectivas del territorio Sierra Espuña
 - Trabajar con la gerencia en la mejora de la web (limpiar contenidos: fotos, textos, traducciones) para transmitir los valores de la marca.
- ACCIONES DE PROMOCIÓN
 - Plantear como dar a conocer el Club por territorios (radio de acción 150 km. A 200 km.) toda España, y seleccionar bien los emisores extranjeros para dar a conocer nuestro producto.
 - Utilizar la imagen del Club en todos nuestros canales y promociones.
 - Colaborar con la gerencia para conformar un manual de marca/instrucciones de uso de la imagen del Club. Que defina los VALORES DE LA MARCA



AMUPARNA

- **VISIBILIDAD DEL CLUB ECOTURISMO EN AMUPARNA**
 - Charla presencial en jornadas anuales de municipios con territorio en Parques Nacionales, que se celebran en octubre de cada año en un Parque Nacional.
 - Utilizar los videos del Club cuando hablemos de ecoturismo en la asociación, para informar, educar y concienciar a las Instituciones locales.
- **REDES SOCIALES**
 - Compartir publicaciones del Club en la página de Amuparna.
 - Etiquetar en las publicaciones que son adecuadas para la etiqueta @ soy ecoturista
 - Enlazar las Webs de las dos asociaciones
- **PROMOCIÓN**
 - Nota de prensa sobre la asistencia al 6º seminario del Club de Ecoturismo y lanzamiento a la prensa nacional.
 - Acuerdo de adhesión o convenio de colaboración entre el CLUB DE AMUPARNA para proyectos y acciones.

JUAN JOA GONZÁLEZ, AVEN TUREX

A.TURÍSTICA TAJO INTERNACIONAL

- Organizar jornadas de sensibilización e información a empresarios sobre el Club, ya que estamos en la Asociación de Ecoturismo en España.
 - Utilizar el logo del Club en las acciones de promoción e información.
 - Notas de prensa en medios comarcales y regionales
- Crear una comunidad de ecoturismo
- Presencia en ferias vinculadas al turismo sostenible.
 - Tener una presencia importante en FITUR y otras ferias nacionales.

Taller 4: III Congreso Nacional de Ecoturismo.

Se explica el Procedimiento de selección de candidaturas pactado con la SETUR para futuras ediciones del CNE.

Situación de la CETS y de los destinos. Javier Gómez Limón. Europarc-España.

Resume la situación de la CETS, de la tercera fase y de los avances en comunicación de la CETS para que sea más conocida a nivel europeo.