



# INFORME SOBRE LA DEMANDA POTENCIAL DE ECOTURISMO EN ESPAÑA

MAYO DE 2021

---

RESULTADOS DEL  
OBSERVATORIO DE ECOTURISMO EN ESPAÑA  
Cuestionario de demanda potencial



## **INFORME SOBRE LA DEMANDA POTENCIAL DE ECOTURISMO EN ESPAÑA**

Resultados del Observatorio de Ecoturismo en España

Cuestionario

Informe elaborado en mayo de 2021

©2021 Asociación de Ecoturismo en España

Edita: Asociación de Ecoturismo en España

Equipo técnico:

Amanda Guzmán (Dirección y coordinación)

Emma Pons

Carlos Sirvent

Financiado por:

Secretaría de Estado de Turismo

(Ministerio de Industria, Comercio y Turismo-Gobierno de España)

*Permitida la difusión total o parcial de los datos contenidos en este informe siempre y cuando se respete la autoría del estudio y se cite expresamente a la Asociación Ecoturismo en España como fuente de los datos.*



SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO



## Índice de contenidos

<b>1</b>	<b>Ficha técnica del estudio.....</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>Origen de los datos y caracterización de la muestra .....</b>	<b>6</b>
<b>3</b>	<b>Resultados.....</b>	<b>10</b>
3.1	Intención de viaje a espacios naturales .....	10
3.2	Tipo de grupo .....	12
3.3	Valoración del viaje de ecoturismo .....	14
3.4	Elección del destino.....	18
3.5	Tipología de alojamiento .....	19
3.6	Actividades guiadas en el destino .....	20
3.7	Destinos del Club Ecoturismo en España .....	24
<b>4</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>25</b>

## Introducción

En este documento se exponen los resultados del estudio sobre demanda potencial que se ha realizado en el marco del **Observatorio de Ecoturismo en España**, una herramienta sociológica para la recopilación sistemática mediante encuestas de información básica sobre el sector del ecoturismo, que se espera proporcione con el tiempo datos de gran interés estratégico para conocer la evolución del sector, evaluar el impacto socioeconómico de esta modalidad turística y conocer desde los hábitos de consumo y el perfil del viajero ecoturista, hasta la evolución en la tipología y número de empresas especializadas en este nicho de mercado o el modelo de gestión que se aplica en los destinos de ecoturismo.

Con el objetivo de conocer la intención de viaje y los aspectos más valorados a la hora de elegir tipo de viaje y destino, así como aspectos específicos derivados de la crisis COVID-19 para poder aplicar a las acciones de creación de experiencias y promoción del Club Ecoturismo en España, se ha diseñado un cuestionario específico dirigido a potenciales ecoturistas residentes en España.

El cuestionario ha estado disponible online desde el 10 hasta el 27 de mayo de 2021 y se han recibido un total de 1563 respuestas, de las cuales 1459 han resultado ser válidas para el análisis.

En el presente estudio se analizan conjuntamente todas las respuestas recibidas.

## 1 Ficha técnica del estudio

Ámbito	Nacional.
Universo	Potenciales ecoturistas residentes en España mayores de edad.
Tamaño de la muestra	1459 cuestionarios válidos recogidos y analizados.
Recogida de la información	Aplicación online de cuestionario informatizado (Survey Monkey).
Periodo del trabajo de campo	10 al 27 de mayo de 2021.
Plan de análisis	<p>Con el objetivo de describir la muestra se ha efectuado un análisis de frecuencias, destacando frecuencias absolutas y porcentajes.</p> <p>Se ha optado por analizar conjuntamente los datos y no realizar análisis segmentados de la muestra.</p>

## 2 Origen de los datos y caracterización de la muestra

Los cuestionarios que conforman la base muestral de este análisis (n=1459) proceden de potenciales ecoturistas residentes en España, a los que el Club Ecoturismo en España ha llegado a través de sus propios medios de difusión (redes sociales, newsletter a viajeros y página web), así como a través de medios propios de destinos y empresas adheridos, socios de la AEE y colaboradores.

### Procedencia de los encuestados

Los potenciales ecoturistas que contestaron a la encuesta del Observatorio de Ecoturismo en España proceden principalmente de las Comunidades Autónomas de Madrid (22,4%), Andalucía (18,5%) y Canarias (10,6%), seguidas a mayor distancia por Aragón y Castilla –La Mancha con el mismo porcentaje (5,9%), y Cataluña (5,7%).

Por provincias, Madrid se encuentra de nuevo en primera posición (22,4%), seguida a gran distancia por Santa Cruz de Tenerife (8,2%) y Granada (5,8%).

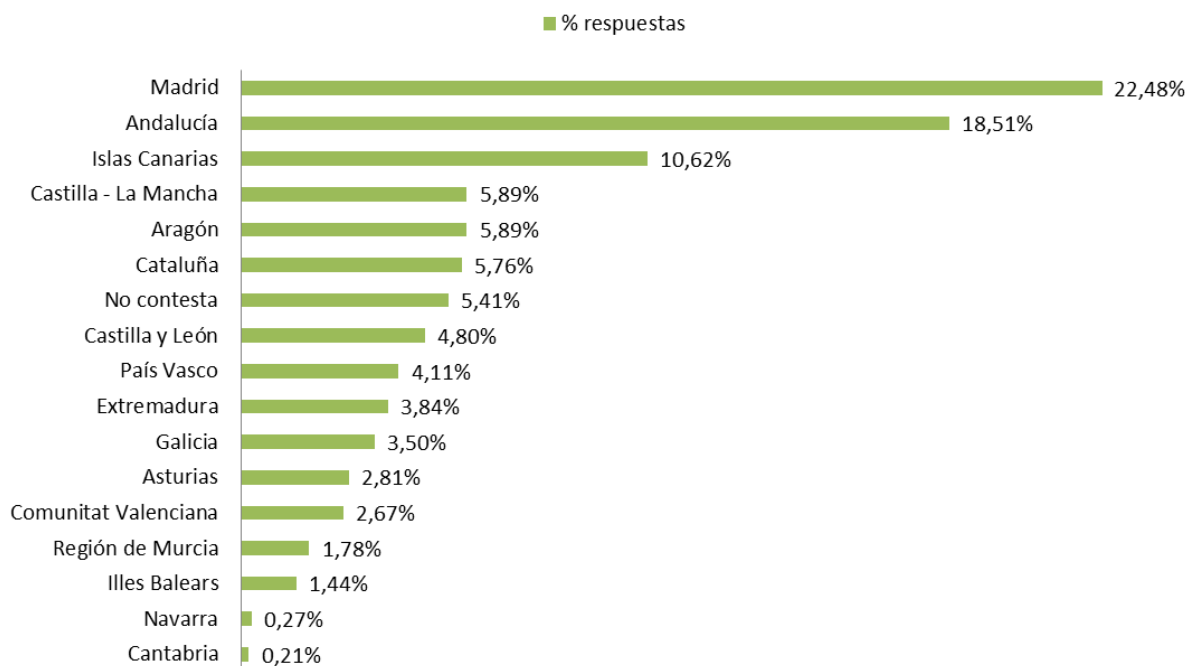
#### Comunidad autónoma de procedencia

Comunidad autónoma	Porcentaje	Frecuencia
Madrid	22,48%	328
Andalucía	18,51%	270
Islas Canarias	10,62%	155
Aragón	5,89%	86
Castilla - La Mancha	5,89%	86
Cataluña	5,76%	84
NS / NC	5,41%	79
Castilla y León	4,80%	70
País Vasco	4,11%	60
Extremadura	3,84%	56
Galicia	3,50%	51
Asturias	2,81%	41
Comunitat Valenciana	2,67%	39
Región de Murcia	1,78%	26
Illes Balears	1,44%	21
Navarra	0,27%	4

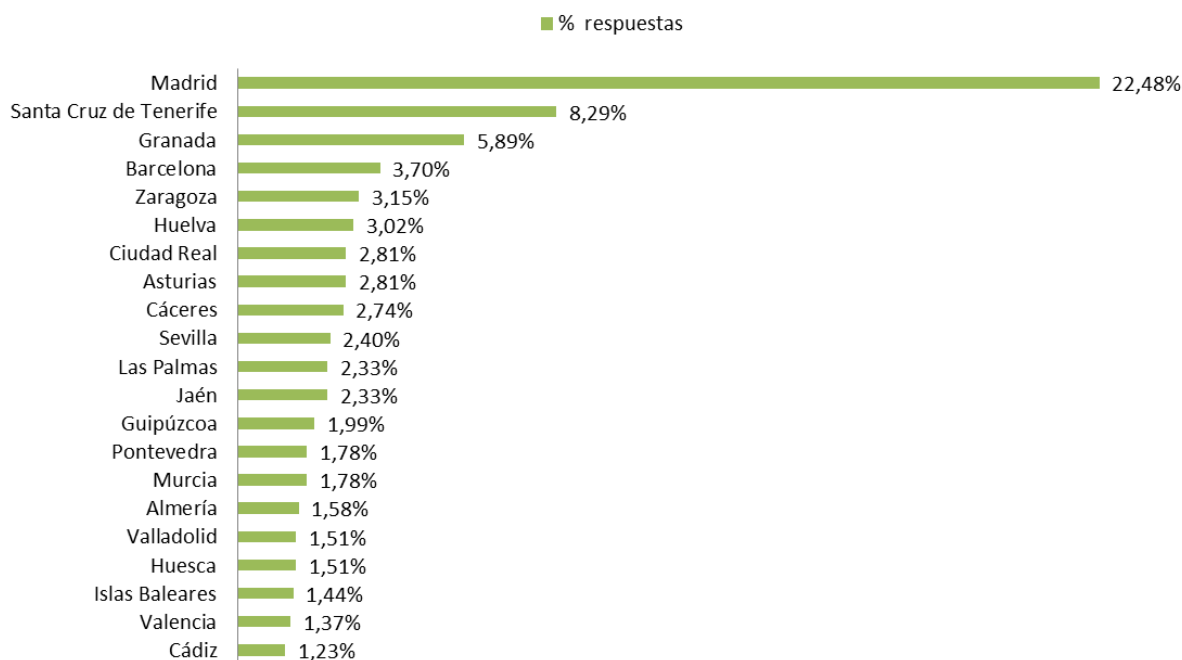
### Comunidad autónoma de procedencia

Comunidad autónoma	Porcentaje	Frecuencia
Cantabria	0,21%	3
Total		1459

### Comunidad autónoma de residencia



### Provincia de residencia



## Caracterización de los encuestados

Los potenciales ecoturistas que respondieron al cuestionario fueron mayoritariamente mujeres (66%) y de edad comprendida entre los 35 y 49 años (49%), seguido por el rango de edad entre 50 y 65 años (30%) y con estudios superiores (73,9 %). Este es el segmento de la población al que se ha llegado mayoritariamente a través de los canales de comunicación digitales desde el Club Ecoturismo en España, y que han manifestado interés en participar en la promoción para ganar un viaje de ecoturismo.

El perfil del potencial ecoturista es bastante similar al del viajero que ya consume servicios turísticos ofrecidos por empresas de ecoturismo ya que los datos recopilados en el marco del Observatorio de Ecoturismo revelan un perfil de un viajero con edades comprendidas principalmente entre 35-49 años (40,0 %), tanto hombres como mujeres.

### Género

Opciones de respuesta	Porcentaje	Frecuencia
Mujer	66,2%	966
Hombre	33,4%	488
NS/ NC	0,3%	5
Total		1459

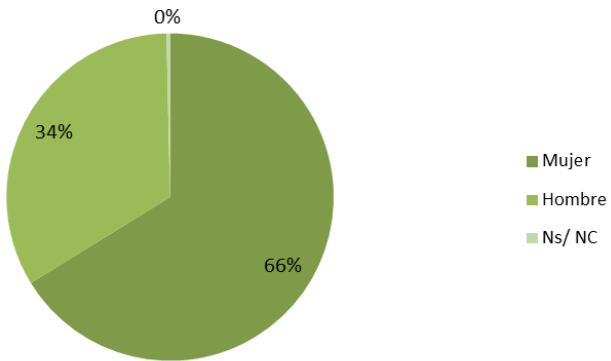
### Edad

Opciones de respuesta	Porcentaje	Frecuencia
18-24 años	3,40%	49
25-34 años	13,10%	191
35-49 años	49,20%	718
50-65 años	29,50%	430
Mayor de 65 años	4,50%	66
NS / NC	0,30%	5
Total		1459

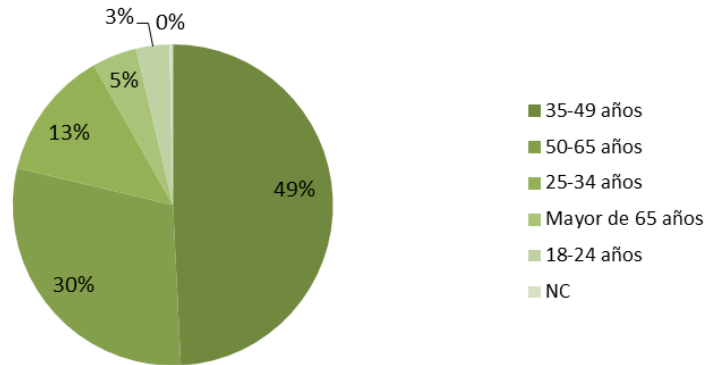
### Nivel de estudios

Opciones de respuesta	Porcentaje	Frecuencia
NS/NC	1,00%	14
Ninguno	0,10%	2
Primarios	3,00%	44
Secundarios / FP	22,00%	321
Superiores	73,90%	1078
Total		1459

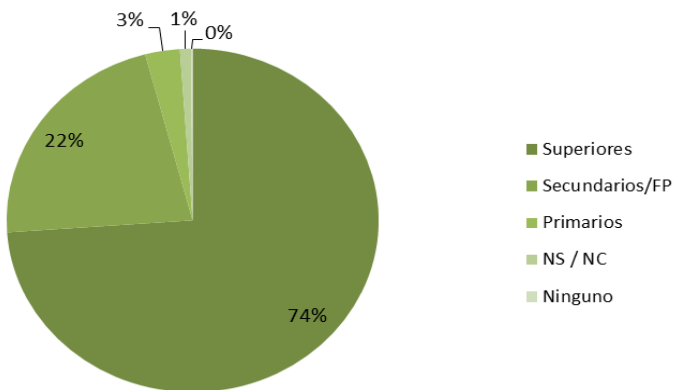
### Género



### Edad



### Nivel de estudios



### 3 Resultados

A continuación se presentan los datos obtenidos para cada una de las preguntas del cuestionario. Cada bloque de preguntas cuenta con una interpretación y descripción de los resultados y se cierra con unas breves conclusiones. En algún caso se compara con datos de 2020, obtenidos en el muestreo de demanda real en la campaña de recogida de datos durante 2020.

#### 3.1 Intención de viaje a espacios naturales

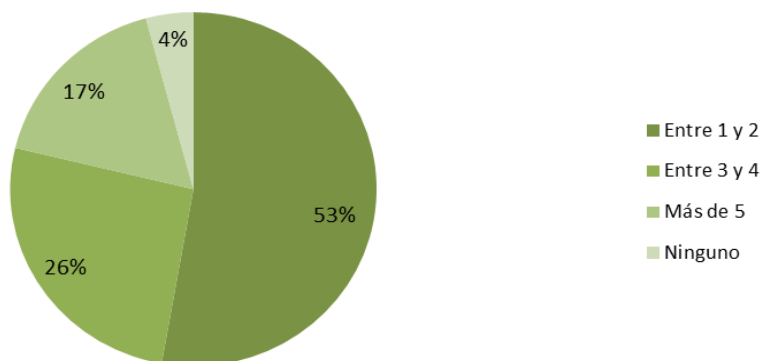
##### Frecuencia de viajes a espacios naturales

El 95,8 % de los encuestados tiene intención de viajar, al menos, una vez a espacios naturales en lo que queda de año. De ellos, casi el 53% tienen intención de viajar entre 1 y 2 veces, el 26% entre 3 y 4 veces y el 17% más de 5 veces.

¿Cuántos viajes a espacios naturales en España tienes intención de realizar en lo que queda de año?

Opciones de respuesta	Porcentaje	Frecuencia
Entre 1 y 2	52,8%	770
Entre 3 y 4	26,0%	379
Más de 5	17,1%	249
Ninguno	4,2%	61
Total		1459

¿Cuántos viajes a espacios naturales en España tienes intención de realizar en lo que queda de año?



Estos datos ponen muestran la consolidación del ecoturismo en España, un producto turístico que ya estaba en auge antes de la pandemia, y ponen de manifiesto la importancia de contar con una red de destinos y empresas que ofrezcan experiencias de ecoturismo atractivas y auténticas para captar a este cliente potencial y ofrecerle otros destinos y experiencias similares en España.

La frecuencia de consumo (entre 1 y 2 veces al año) refleja cómo existe una voluntad de realizar cada vez más escapadas a destinos donde la naturaleza y su disfrute son el principal motivo de viaje. En un contexto como el actual, la naturaleza y su consumo consciente y responsable se han convertido en factores esenciales para muchos viajeros, que buscan destinos no masificados y lugares donde desconectar y reconectar con el entorno natural.

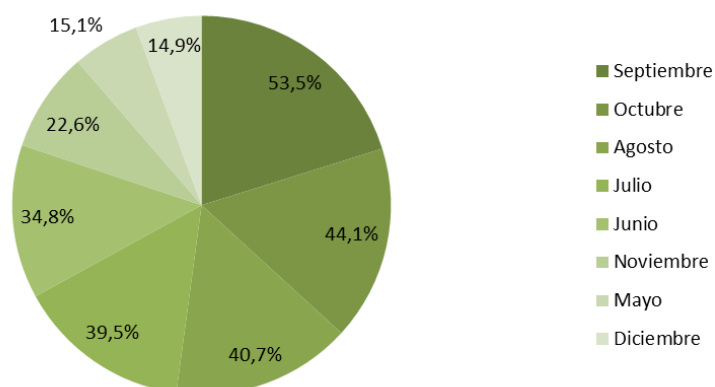
### Época para viajar a espacios naturales

Los encuestados tienen preferencia por viajar a espacios naturales en los meses de septiembre (53,5%) y octubre (44,1%), seguido de agosto (40,7%) y julio (39,5%). Por el contrario, los meses de noviembre, mayo y diciembre son los menos elegidos por los encuestados, con un 22,6%, 15,1% y 14,9%, respectivamente. Este hecho puede deberse a que casi el 40% de los encuestados tiene intención de viajar en familia, por lo que los viajes tendrán lugar fuera del periodo escolar. Además, se espera que la reactivación del turismo a niveles de pre pandemia empiece en el último trimestre del año, coincidiendo con el buen ritmo de vacunación en nuestro país y el objetivo de haber vacunado al 70% de la población tras el verano.

#### ¿En qué meses del año tienes intención de viajar?

Opciones de respuesta	Porcentaje	Frecuencia
Mayo	15,1%	221
Junio	34,8%	508
Julio	39,5%	576
Agosto	40,7%	594
Septiembre	53,5%	781
Octubre	44,1%	643
Noviembre	22,6%	330
Diciembre	14,9%	218
Total		3.871

#### ¿En qué meses del año tienes intención de viajar?



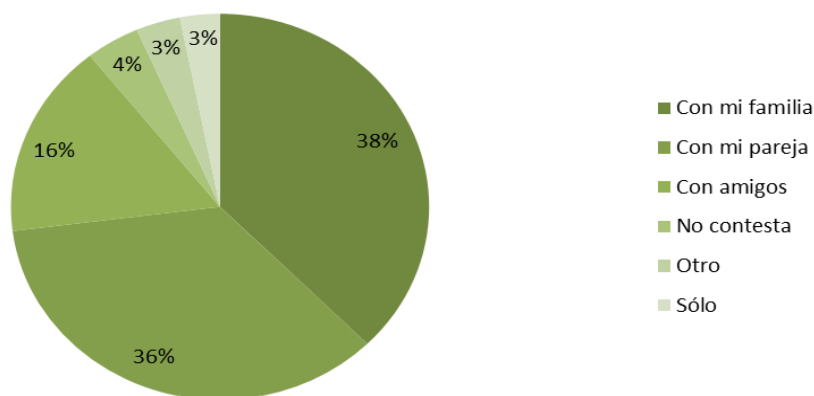
### 3.2 Tipo de grupo

El tipo de grupo más habitual en los viajes a destinos que albergan espacios naturales está formado por familias (37,6%) y parejas (35,4%). La opción de visitar un espacio natural acompañado de amigos (16,3%) o en solitario (3,1%), es menos importante.

#### ¿Con quién viajarás?

Opciones de respuesta	Porcentaje	Frecuencia
Con mi familia	37,6%	548
Con mi pareja	35,4%	517
Con amigos	16,3%	238
No contesta	4,2%	61
Otro	3,4%	50
Sólo	3,1%	45
<b>Total</b>		<b>1.459</b>

#### ¿Con quién viajarás?



Estos datos reflejan que los servicios y experiencias deben adaptarse a las preferencias y necesidades de este tipo de viajeros que viajan con la pareja y en familia, un segmento de demanda en el que existe un gran potencial de crecimiento.

En la opción de otro, cabe destacar que varias personas han indicado que viajarán también con su mascota. Según un estudio reciente de hoteles.com, la demanda de alojamientos para mascotas ha aumentado un 300% tras el confinamiento de 2020. Existe un potencial de crecimiento enorme para este nicho de mercado y que sin duda supone una gran oportunidad para las empresas de ecoturismo.

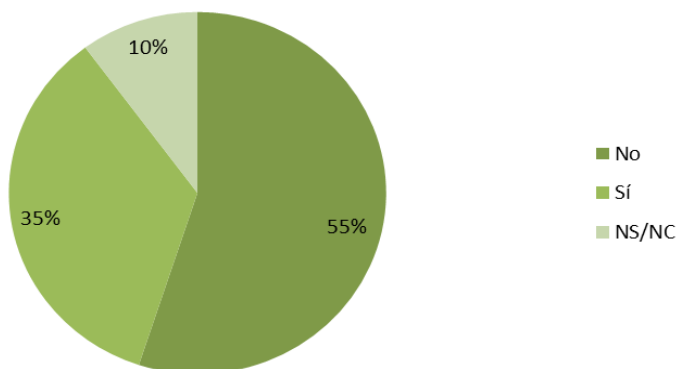
## Viajar con niños

Algo más de la mitad de las personas que respondieron al cuestionario (55%) no viajarán con niños, frente al 34,8% de personas que sí lo hará y un 10,1% que todavía no lo sabe.

### ¿Viajarás con niños?

Opciones de respuesta	Porcentaje	Frecuencia
No	55,0%	803
Sí	34,8%	508
NS / NC	10,1%	148
Total		1459

### ¿Viajarás con niños?



Si bien la mayoría de encuestados no viajará con niños, en favor de los viajes en pareja y en grupos de familiares y amigos, es importante ofrecer experiencias y actividades adaptadas a este tipo de viajeros, fomentando experiencias específicamente ligadas a la educación ambiental a través de actividades, talleres o visitas de aprendizaje a centros de educación ambiental, granjas escuela, etc.- sobre la importancia de conservar y proteger la naturaleza

### 3.3 Valoración del viaje de ecoturismo

El ecoturismo se define como “el viaje a un área natural para conocerla, interpretarla, disfrutarla y recorrerla, al tiempo que se aprecia y se 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).

Bajo esta premisa los potenciales ecoturistas han valorado cuán de importantes son para ellos aquellos aspectos ligados estrechamente a la definición del ecoturismo a la hora de viajar a un espacio natural.

- **Conservación de la naturaleza:** casi el 98% de los encuestados tiene muy en cuenta que su viaje contribuya a conservar el espacio natural que visita –el 60,2% lo considera muy el 22,8% lo considera bastante importante y el 15,9% importante- frente al 1% que apenas valora este aspecto a la hora de viajar –el 0,9% lo considera poco importante y el 0,2% nada importante.
- **Desarrollo local:** aproximadamente el 99% de los encuestados cree que es fundamental que su visita contribuya al desarrollo local del territorio. El 60,9% lo considera muy importante, el 13,7% bastante importante y el 23,8% importante. Por el contrario, solo el 1,1% cree que es poco importante y solamente el 0,5% lo ve como un aspecto nada importante.
- **Impacto ambiental:** El 99,1% de los encuestados tiene en cuenta que su visita genere el menor impacto ambiental posible. La amplia mayoría, el 72%, lo valora como muy importante, el 8,9% cree que es bastante importante y el 18,2% importante. Solo el 0,7% y el 0,2% lo consideran poco o nada importante, respectivamente.
- **Aprender sobre el espacio natural:** Casi el 98% de las personas cree que aprender sobre los valores del espacio natural que se visita –flora, fauna, geología, etc.- es, al menos, importante. La mitad de las personas que han respondido al cuestionario, el 52,8%, valoran como muy importante el 16,9% lo considera bastante importante y el 28,2% importante. Apenas el 2% cree que es poco importante y únicamente el 0,1% lo ve como un aspecto a no tener en cuenta.
- **Medidas COVID-19:** el 44,3% de los encuestados valora como muy importante que las empresas y establecimientos implementen medidas de seguridad e higiene para minimizar el riesgo de contacto, el 21,8% cree que es bastante importante y el 29,1% importante. El 4,3% y el 0,5% lo valoran poco y nada importante, respectivamente.

En los últimos años, y especialmente tras la irrupción de la pandemia, se ha acentuado el aumento del interés de las personas por viajar a áreas naturales, realizar un consumo más responsable y disfrutar de experiencias de ecoturismo. El ecoturismo por definición es sostenible económica, social y ambientalmente: se planifica con la participación de todos los actores

implicados y contribuye a la calidad de vida de la población local de los territorios donde se desarrolla y tiene como hecho diferencial el beneficio que aporta para la conservación de los espacios naturales que ese visitan.

En cuanto a la **conservación de la naturaleza**, el resultado que muestran los datos es muy llamativo, ya que casi el 98% de los encuestados tiene muy en cuenta este factor a la hora de viajar a un espacio natural, convirtiéndose así en un auténtico ecoturista. Esto, sin embargo, en pocas ocasiones se traduce en una contribución efectiva. A pesar de que algunas empresas de ecoturismo han empezado a establecer mecanismos para apoyar económicamente a la conservación de la biodiversidad, resulta crucial poner en valor estas iniciativas y darlas a conocer al consumidor final. En este sentido, la comunicación es clave para que el viajero quiera ser partícipe.

Apoyar el **desarrollo local** del territorio también es uno de los aspectos más valorados como muy importante por el 60,9% de las encuestados. Los potenciales ecoturistas buscan autenticidad, el crecimiento personal y tienen conciencia social. Desean vivir experiencias únicas y descubrir aspectos más vinculados a los habitantes de los destinos que van a visitar, generalmente en zonas rurales, y que su viaje tenga un impacto más positivo y sirva para mejorar la calidad de vida de la población local y para preservar su patrimonio.

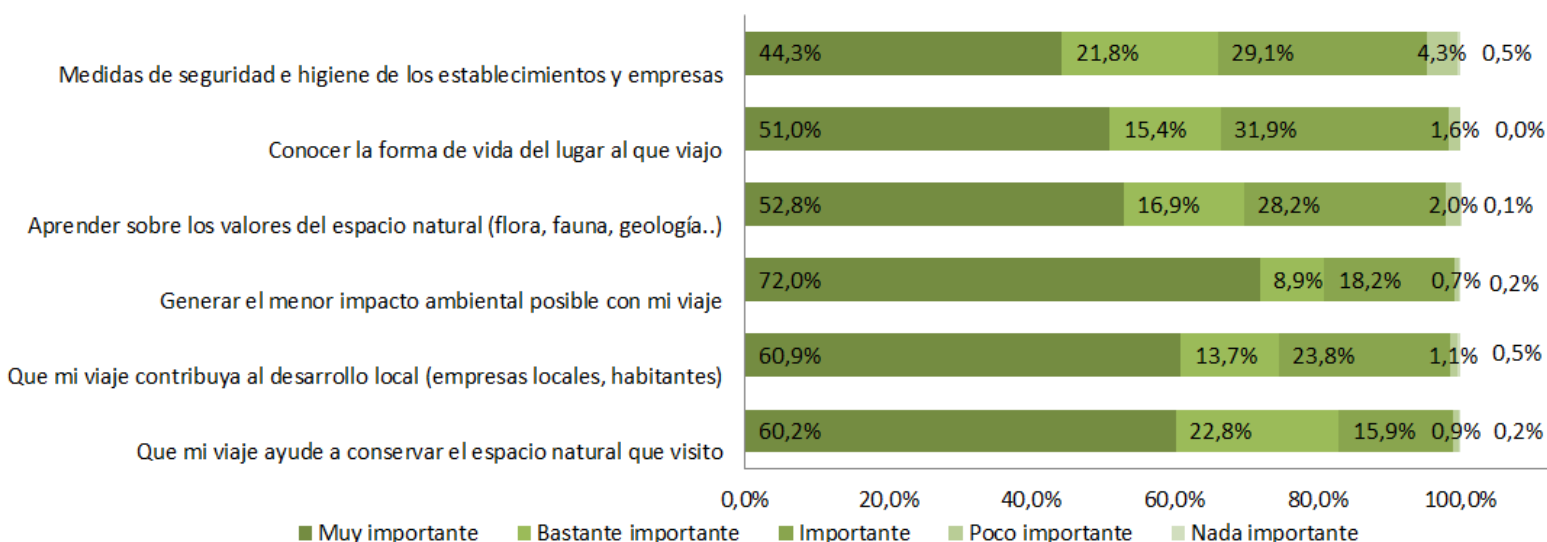
Generar el **menor impacto ambiental** es, sin duda, el aspecto más valorado como muy importante (72%) y viajar con un impacto positivo en el destino es posible cuando el viajero se convierte en auténtico ecoturista. Estos datos muestran que, tras la pandemia, el consumidor está mucho más concienciado sobre problemas medioambientales y, por ende, demanda servicios más sostenibles y que minimicen su huella ambiental. El reto se encuentra en conectar la oferta de ecoturismo, es decir; el tejido empresarial, con una nueva demanda más preocupada por su impacto, promocionar adecuadamente el producto ecoturismo y su red de destinos y empresas y en comunicar mejor los aspectos de gestión sostenible y buenas prácticas, ambientales y sociales, del tejido empresarial del sector del ecoturismo.

En relación al factor de **aprender sobre los valores del espacio natural**, como la flora o fauna, casi el 98% de las personas encuestadas lo considera como un factor, al menos, importante. El ecoturismo está dirigido al consumidor que quiere conocer, descubrir y aprender sobre el espacio natural que visita. En este sentido, se debería hacer un esfuerzo en aumentar la oferta turística en los destinos de ecoturismo y dar más visibilidad y promoción a las experiencias y actividades de interpretación del destino, pues la interpretación del marca la diferencia entre el ecoturismo y otros productos turísticos, para captar a este potencial ecoturista y mejorar la calidad de la experiencias y la satisfacción en el destino.

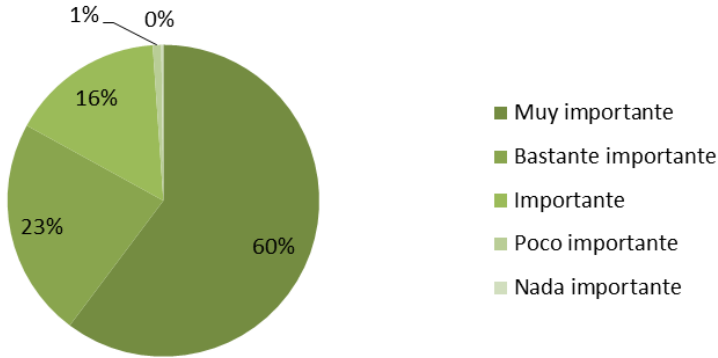
Los potenciales ecoturistas han concidido un alto grado de importancia (65%) a los aspectos relacionados con las **medidas de seguridad e higiene COVID-19** aplicadas por las empresas proveedoras de servicios turísticos en el destino para minimizar el riesgo de contagio.

### Valora la importancia que tienen estos factores para ti cuando viajas a un espacio natural

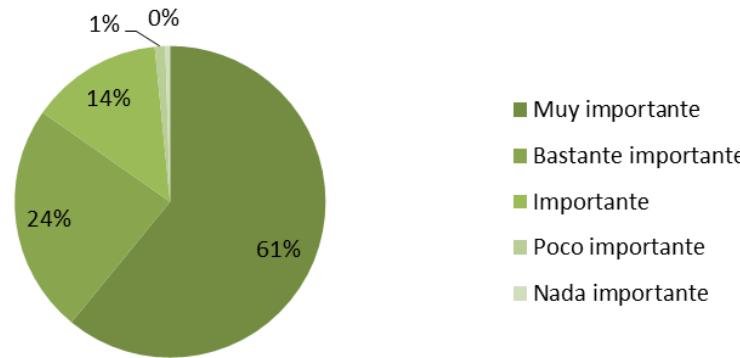
Aspectos a la hora de elegir un destino	Muy importante		Bastante importante		Importante		Poco importante		Nada importante	
	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia
Que mi viaje ayude a conservar el espacio natural que visito	60,2%	879	22,8%	332	15,9%	232	0,9%	13	0,2%	3
Que mi viaje contribuya al desarrollo local: empresas locales, habitantes, etc.	60,9%	889	13,7%	200	23,8%	347	1,1%	16	0,5%	7
Generar el menor impacto ambiental posible con mi viaje	72,0%	1051	8,9%	130	18,2%	265	0,7%	10	0,2%	3
Aprender sobre los valores del espacio natural: flora, fauna, geología, etc.	52,8%	771	16,9%	246	28,2%	412	2,0%	29	0,1%	1
Conocer la forma de vida del lugar al que viajo	51,0%	744	15,4%	225	31,9%	466	1,6%	24	0,0%	0
Medidas de seguridad e higiene COVID-19	44,3%	646	21,8%	318	29,1%	425	4,3%	63	0,5%	7
<b>Total</b>		<b>1459</b>	<b>Total</b>	<b>1459</b>	<b>Total</b>	<b>1459</b>	<b>Total</b>	<b>1459</b>	<b>Total</b>	<b>1459</b>



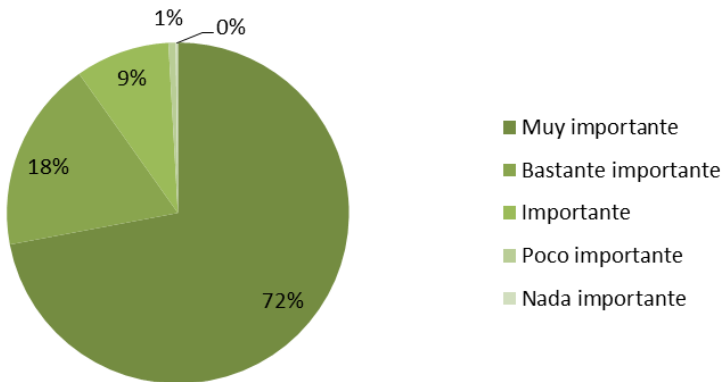
### Contribución del viaje a conservar el espacio natural que se visita



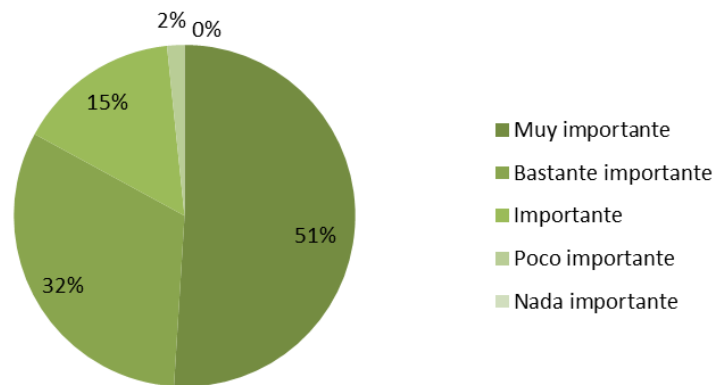
### Contribución del viaje al desarrollo local del destino



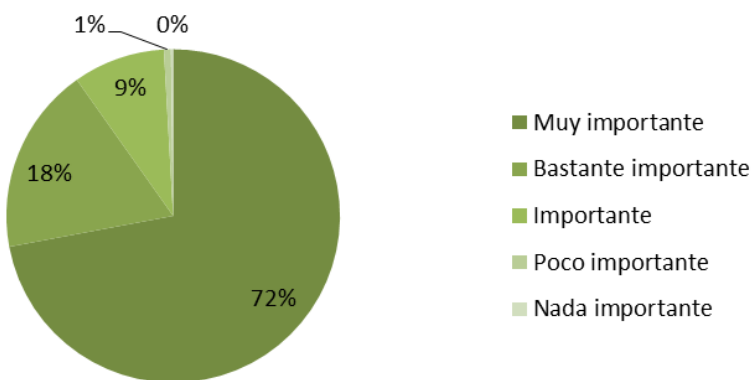
### Generar el menor impacto ambiental posible



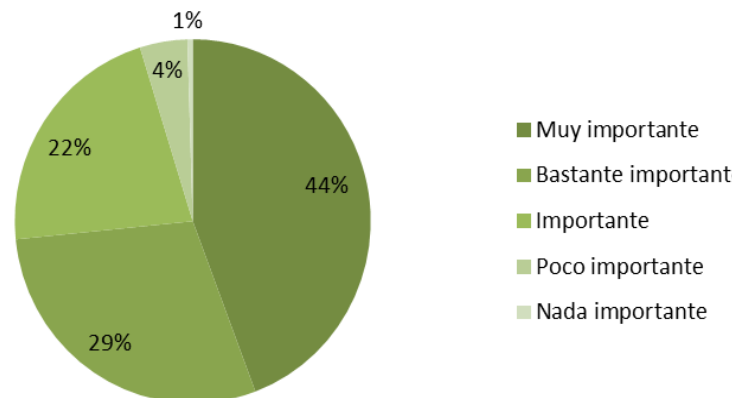
### Conocer la forma de vida del destino



### Aprender sobre los valores naturales y culturales del espacio natural



### Medidas de seguridad e higiene COVID-19



### 3.4 Elección del destino

La naturaleza de un destino es uno de los principales factores que motivan los viajes, ya que la variedad de paisajes o ecosistemas bien conservados son un gran atractivo turístico, especialmente para el ecoturismo, y así lo reflejan los datos. La belleza paisajística y un entorno natural bien conservado, la diversidad de lugares que visitar y actividades a realizar y la relación calidad/precio de la oferta turística, son los tres aspectos más valorados en la elección de un destino o espacio natural por un 80,3%, 42,7% y 31,3% de los encuestados.

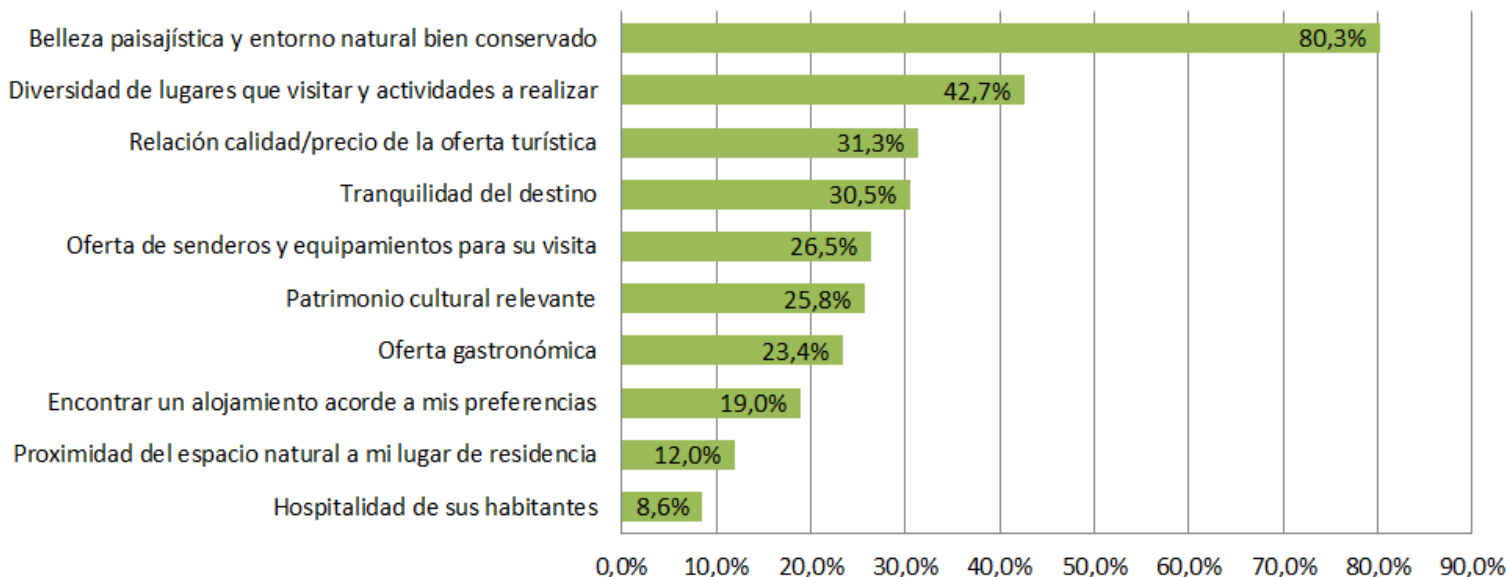
Otros aspectos que los potenciales ecoturistas tienen en cuenta a la hora de viajar a un destino u otro son la tranquilidad del destino (30,5%), la oferta de senderos y equipamientos para la visita (26,5%) y la relevancia del patrimonio cultural del destino (25,8%).

La oferta gastronómica, encontrar un alojamiento acorde a las preferencias de la persona, la proximidad del espacio natural al lugar de residencia y la hospitalidad de la población local son los aspectos menos valorados por el 23,4%, 19%, 12% y 8,6% de los encuestados.

#### Elige los 3 principales aspectos que te hacen elegir un destino/espacio natural u otro

Opciones de respuesta	Porcentaje respuestas	Frecuencia	Porcentaje encuestados
Belleza paisajística y entorno natural bien conservado	26,8%	1171	80,3%
Diversidad de lugares que visitar y actividades a realizar	14,2%	623	42,7%
Relación calidad/precio de la oferta turística	10,4%	457	31,3%
Tranquilidad del destino	10,2%	445	30,5%
Oferta de senderos y equipamientos para su visita	8,8%	386	26,5%
Patrimonio cultural relevante	8,6%	376	25,8%
Oferta gastronómica	7,8%	342	23,4%
Encontrar un alojamiento acorde a mis preferencias	6,3%	277	19,0%
Proximidad del espacio natural a mi lugar de residencia	4,0%	175	12,0%
Hospitalidad de sus habitantes	2,9%	125	8,6%
Total respuestas		4377	
Total encuestados		1459	

## Aspectos más valorados para elegir un destino



### 3.5 Tipología de alojamiento

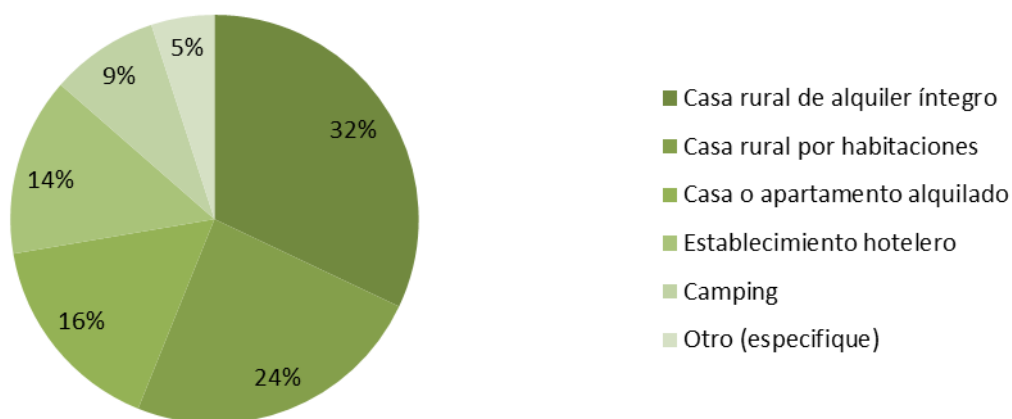
El tipo de alojamiento preferido por las personas que han respondido al cuestionario es, con gran diferencia, la **casa rural** (56,1 %), tanto de alquiler íntegro (32 %) como de alquiler por habitaciones (24,1 %).

Le siguen de lejos la casa o apartamento alquilado (16,2%) y el establecimiento hotelero (14,1%). Los camping es la opción elegida por el 8,6% de los encuestados.

¿Qué tipo de alojamiento prefieres para tu próximo viaje a un espacio natural?

Opciones de respuesta	Porcentaje	Frecuencia
Casa rural de alquiler íntegro	32,0%	467
Casa rural por habitaciones	24,1%	351
Casa o apartamento alquilado	16,2%	236
Establecimiento hotelero	14,1%	206
Camping	8,6%	125
Otro (especifique)	5,0%	73
No contesta	0,1%	1
<b>Total</b>		<b>1459</b>

## Tipología de alojamiento preferida para viajar a un espacio natural



Los datos arrojan que los alojamientos rurales, de alquiler íntegro o por habitaciones, son la opción preferida para los potenciales ecoturistas. Estos alojamientos se encuentran en destinos de naturaleza y rurales, no masificados y con menos gente para disfrutar del entorno con mayor tranquilidad.

Por otro lado, en la opción de otro varias personas han indicado que viajarán en furgoneta o caravana, una tipología que ha experimentado un *gran boom* tras la pandemia por ser considerada una forma segura y cómoda para viajar a la vez que sirve como lugar para pernoctar.

### 3.6 Actividades guiadas en el destino

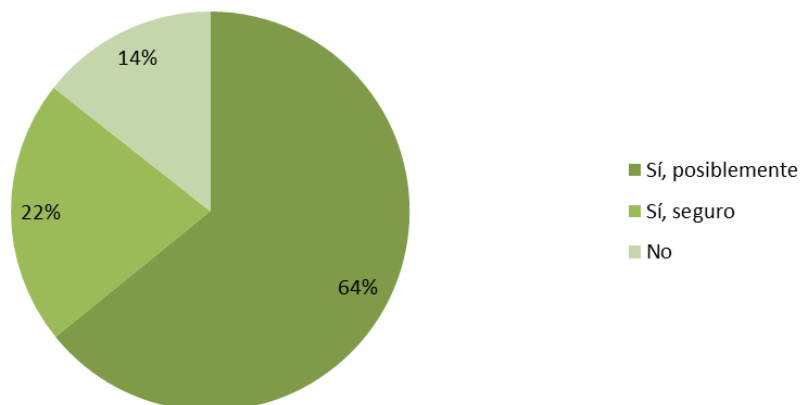
#### Contratación de actividades

Un **85,7%** de los encuestados tiene intención de contratar alguna actividad guiada en su próximo viaje a un espacio natural, de los cuales posiblemente lo hará el 64,2%, y seguramente un 21,5%. Por el contrario, el 14,4% afirma que no tiene intención de contratar ninguna actividad guiada para conocer el espacio natural que visite.

¿Te interesaría contratar alguna actividad guiada en tu próximo viaje a un espacio natural?

Opciones de respuesta	Porcentaje	Frecuencia
Sí, posiblemente	64,2%	420
Sí, seguro	21,5%	426
No	14,4%	374
Total		1459

### Interés en contratar alguna actividad guiada durante el viaje



### Tipología de actividades

Los potenciales ecoturistas se interesan principalmente por actividades culturales guiadas como visitar monumentos visitas a monumentos o yacimientos arqueológicos (49,9%), rutas guiadas a pie por el espacio natural (49,6%) y las actividades deportivas guiadas como pueden ser el trekking, rutas a caballo, buceo, bicicleta, kayak, etc. (43%).

Las actividades que generan un interés intermedio a los encuestados son las actividades para conocer el modo de vida rural como visitas a granjas, tiendas de artesanía, fincas de producción agroalimentaria, etc. (31,2%), la observación de fauna salvaje (29,8%), rutas guiadas por el espacio natural en barco, 4x4, etc. (23,5%), y el astroturismo (21,7%).

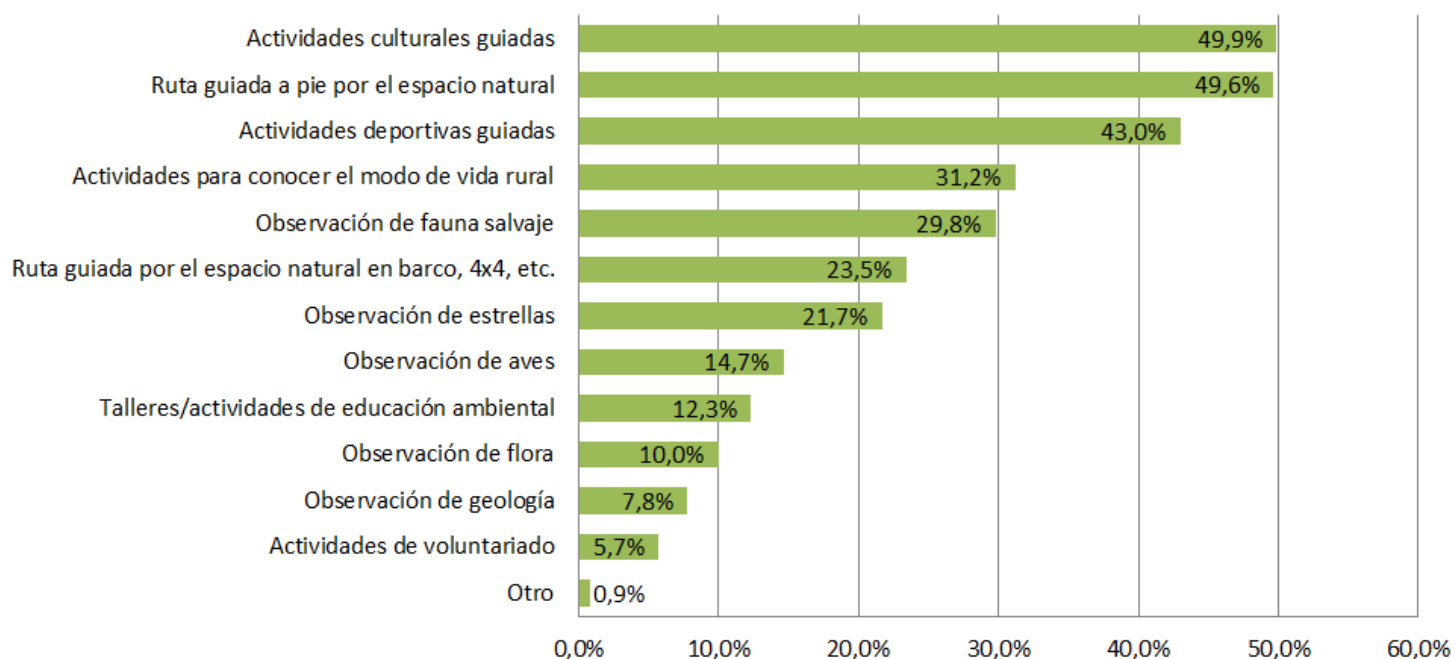
Finalmente, las actividades que generan poco o muy poco interés entre los potenciales ecoturistas son las experiencias de observación de aves (14,7%), talleres/actividades de educación ambiental (12,3%), la observación de flora y geología, (10% y 7,8%, respectivamente), y las actividades de voluntariado (5,7%).

### Elige los 3 tipos de actividades que más te interesaría contratar con una empresa

Opciones de respuesta	Porcentaje	Frecuencia
Actividades culturales guiadas: visitas a monumentos, yacimientos arqueológicos, cascos históricos, etc.	49,9%	623
Ruta guiada a pie por el espacio natural	49,6%	620
Actividades deportivas guiadas: trekking, rutas a caballo, buceo, bicicleta, kayak, etc.	43,0%	537
Actividades para conocer el modo de vida rural: granja, huerto, artesanía, productos locales, etc.	31,2%	390
Observación de fauna salvaje	29,8%	372

Opciones de respuesta	Porcentaje	Frecuencia
Ruta guiada por el espacio natural en barco, 4x4, etc.	23,5%	293
Observación de estrellas	21,7%	271
Observación de aves	14,7%	183
Talleres/actividades de educación ambiental	12,3%	154
Observación de flora	10,0%	125
Observación de geología	7,8%	97
Actividades de voluntariado	5,7%	71
Otro	0,9%	11
	Total respuestas	3747
	Total encuestados	1249

### Principales actividades guiadas al viajar a un espacio natural



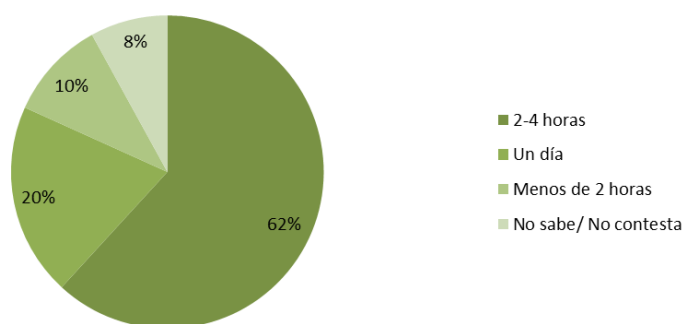
### Duración de las actividades

La mayoría de encuestados (61,8%) prefiere que las actividades tengan una duración de entre 1 y 2 horas y el 19,9% prefiere que la actividad dure un día completo, unas 8 horas. Por el contrario, el 10,2% prefiere actividades que duren menos de 2 horas.

### ¿Qué duración preferirías para este tipo de actividades?

Opciones de respuesta	Porcentaje	Frecuencia
2-4 horas	61,8%	772
Un día	19,9%	249
Menos de 2 horas	10,2%	128
NS / NC	8,0%	100
Total		1249

### Preferencia en la duración de la actividad



España alberga un enorme capital natural capaz de generar un mayor interés y aprovechamiento turístico, asegurando siempre la sostenibilidad en el espacio natural. El ecoturismo es un producto turístico que puede ofrecerse a diferentes segmentos de demanda con distintas motivaciones para que pueda ser disfrutado por un amplio rango de público.

Tal y como muestran los datos existe un gran potencial e interés en la realización y disfrute en las actividades que el ecoturismo ofrece, pues el 85,7% de los encuestados tiene intención de contratar alguna actividad guiada en su próximo viaje a un espacio natural. Por ello, es clave **diseñar experiencias adaptadas a los diferentes intereses y motivaciones de los viajeros**, mejorando así la calidad de las experiencias en el destino, **así como facilitar a los potenciales ecoturistas el acceso y contratación a las experiencias de ecoturismo**.

Las actividades que mayor interés generan son aquellas de carácter más generalista, con una duración de entre 2-4 horas y que cualquier persona interesada en la naturaleza puede disfrutar, como rutas de senderismo, actividades culturales, rutas guiadas a pie o actividades más deportivas como pueden ser el kayak o la bicicleta. Esto nos demuestra que el potencial ecoturista está interesado principalmente en la naturaleza de una forma amplia, cuyas motivaciones principales son la visita al espacio natural y la realización de actividades de esparcimiento en contacto con la naturaleza, si bien también existe un potencial perfil más especializado y con intereses más concretos. Así, la segmentación de demanda es clave para llegar a los potenciales consumidores y se debe hacer un esfuerzo en ofrecer experiencias atractivas y adaptadas a sus motivaciones para fomentar el consumo de estas experiencias. Además, también resulta

necesario potenciar aquellas experiencias y actividades con un componente cultural más vinculado a conocer el modo de vida del medio rural: visita a granjas agroalimentarias y productores locales, granjas y/o huertos, tiendas de artesanía local, etc.

Otro de los grandes retos es la comercialización y ofrecer a los consumidores experiencias integradoras. En este sentido, se debería trabajar para dar más visibilidad y promoción a este tipo de actividades, ya que la interpretación del entorno para conocer los valores naturales y culturales del espacio natural marca la diferencia entre el ecoturismo y otros productos turísticos y en impulsar la digitalización del sector, pues el viajero preferiría realizar sus reservas on-line.

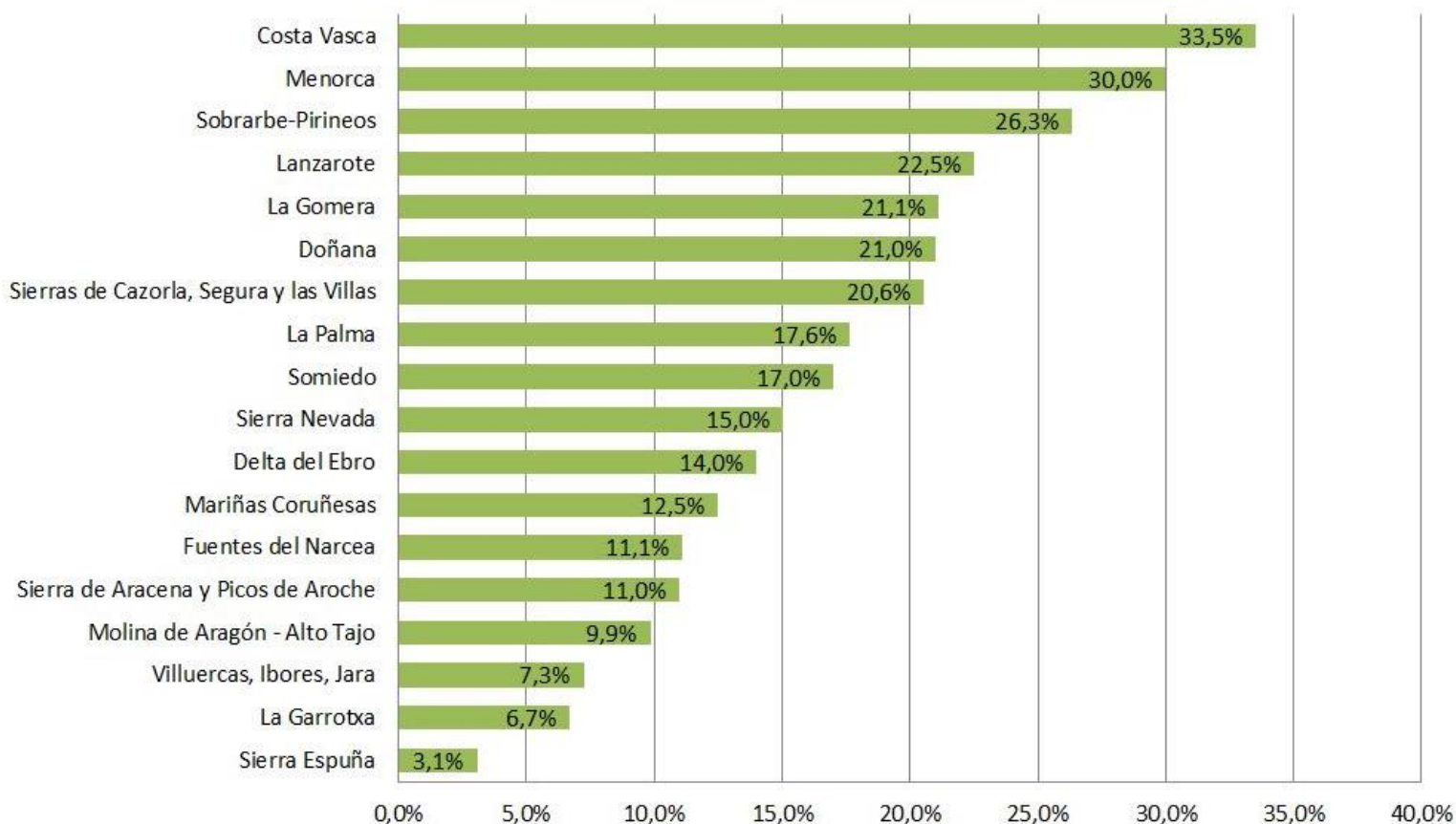
### 3.7 Destinos del Club Ecoturismo en España

Al preguntar a los potenciales ecoturistas por los destinos adheridos al Club Ecoturismo en España a los que les gustaría viajar, Costa Vasca (Euskadi), Menorca (Islas Baleares) y Sobrarbe-Pirineos (Aragón) han resultado ser los 3 destinos más votados por el 33,5%, 30% y 26,3% de los encuestados, respectivamente. Les siguen Lanzarote (22,5%), La Gomera (21,1%) y Doñana (20%). Por el contrario, los destinos menos votados son Molina – Alto Tajo (9,9%), Villuercas Ibores Jara (7,3%), La Garrotxa (6,7%) y Sierra Espuña (3,1%).

Elige a qué 3 de estos destinos adheridos al Club Ecoturismo en España te gustara viajar

Opciones de respuesta	Porcentaje	Frecuencia
Costa Vasca	33,5%	489
Delta del Ebro	14,0%	204
Doñana	21,0%	306
Fuentes del Narcea	11,1%	162
La Garrotxa	6,7%	98
La Gomera	21,1%	308
La Palma	17,6%	257
Lanzarote	22,5%	328
Mariñas Coruñesas	12,5%	182
Menorca	30,0%	437
Molina de Aragón - Alto Tajo	9,9%	144
Sierra de Aracena y Picos de Aroche	11,0%	160
Sierra Espuña	3,1%	45
Sierra Nevada	15,0%	219
Sierras de Cazorla, Segura y las Villas	20,6%	300
Sobrarbe-Pirineos	26,3%	384
Somiedo	17,0%	248
Villuercas, Ibores, Jara	7,3%	106
Total encuestados		1459

## Intención de viaje a destinos adheridos al Club Ecoturismo en España



## 4 Conclusiones

Todo parece indicar que la COVID-19 ha motivado el auge por los viajes y destinos cuya oferta principal son las actividades y experiencias en la naturaleza, por lo que el ecoturismo es uno de los más beneficiados al desarrollarse y tener lugar en espacios abiertos, no masificados y en espacios bien conservados. Si bien, el “boom” por este tipo de turismo podría desvirtuar los valores que caracterizan a los destinos y empresas de ecoturismo, cuya filosofía se basa en la protección y conservación de los valores naturales y culturales del territorio.

- En los últimos años, y especialmente tras la irrupción de la pandemia, se ha acentuado el aumento del interés de las personas por viajar a áreas naturales, realizar un consumo más responsable y disfrutar de experiencias en contacto con la naturaleza.
- Se pone de manifiesto la importancia de contar con una red de destinos y empresas que ofrezcan experiencias de ecoturismo atractivas y auténticas para captar a este cliente potencial.
- La naturaleza y su consumo responsable se han convertido en factores esenciales para muchos viajeros, que buscan destinos no masificados y lugares donde desconectar y

reconectar con el entorno natural. En este contexto, la belleza paisajística y un entorno natural bien conservado, la diversidad de lugares que visitar y las actividades a realizar en el destino son los aspectos que más tienen en cuenta los viajeros a la hora de viajar a un espacio natural.

- Los potenciales ecoturistas buscan autenticidad, crecimiento personal y tienen conciencia social. Desean vivir experiencias únicas y descubrir aspectos más vinculados a los habitantes de los destinos que van a visitar y que su viaje tenga un impacto más positivo y sirva para mejorar la calidad de vida de la población local y preservar su patrimonio.
- A pesar de que algunas empresas de ecoturismo han empezado a establecer mecanismos para apoyar económicamente a la conservación de la biodiversidad, resulta crucial poner en valor estas iniciativas, darlas a conocer al consumidor final y hacerle partícipe.
- Se debería hacer especial énfasis en comunicar mejor los aspectos de gestión sostenible y buenas prácticas, ambientales y sociales de las empresas de ecoturismo.
- La segmentación de demanda será clave para llegar al consumidor final. Diseñar experiencias integrales adaptadas a los diferentes intereses y motivaciones de los diferentes segmentos será fundamental para mejorar la calidad de la experiencia en el destino.
- Es muy necesario facilitar a los potenciales ecoturistas el acceso y contratación a las experiencias de ecoturismo. Se debería hacer un esfuerzo en aumentar la oferta turística en los destinos de ecoturismo y dar más visibilidad y promoción a las experiencias y actividades de interpretación del destino para captar a este potencial ecoturista.
- Otro de los grandes retos es la comercialización y ofrecer a los consumidores experiencias integradoras. En este sentido, sería necesario impulsar la digitalización del sector para llegar al usuario final, conectar con él y culminar con la reserva y venta de la experiencia vía on-line.