

La implicación de la marca Parque Natural de Andalucía en el sector turístico

Autor principal: Clifford Wait Becerra

Institución: Fundación Andanatura
Teléfono: 954468040
E-mail: fundacion@andanatura.org

Otros autores:

Índice

1. Introducción
2. Qué es Andanatura
3. El trabajo de la Fundación Andanatura
4. La marca Parque Natural de Andalucía
5. La Entidad de Certificación de la marca Parque Natural de Andalucía
6. Actividades de promoción de la marca Parque Natural de Andalucía
 - 6.1. Actualización de catálogos de la marca Parque Natural de Andalucía
 - 6.2. Organización y financiación de las ferias de la marca Parque Natural de Andalucía
 - 6.3. Apoyo y asesoramiento a la asociación de empresarios licenciarios de la marca Parque Natural de Andalucía
 - 6.4. Promoción de la marca Parque Natural de Andalucía en revistas
7. La Carta Europea del Turismo Sostenible
 - 7.1. Red de puntos de información
 - 7.2. Guía de buenas prácticas medioambientales
 - 7.3. Jornadas de formación
 - 7.4. Promoción de la marca Parque Natural de Andalucía en los puntos de información
 - 7.5. Cálculo de la capacidad de acogida
8. Conclusión

1. Introducción

El objetivo prioritario de este documento es reconocer la implicación de la marca Parque Natural de Andalucía en el sector turístico; un sector clave en la economía andaluza. Este sello de calidad y respeto al medio ambiente incide directamente en la economía de los territorios adscritos a los Parques Naturales, que son mayoritarios dentro del 20% del territorio andaluz que está protegido.

Los Parques Naturales son, por definición, zonas en las que deben cohabitar la diversidad biológica protegida con la existencia de núcleos de población. En este contexto, cobra especial relevancia el concepto de **desarrollo sostenible**, que conjuga protección y conservación con promoción económica, para lograr el desarrollo de los espacios protegidos y la fijación de la población mejorando su bienestar social.

Con esta filosofía, la Fundación Andanatura se involucra en actividades como la generación de empleo sostenible; el asesoramiento a emprendedores; la certificación de productos, a través de su Entidad de Certificación; la participación en campañas de sensibilización y actividades de conservación, restauración y defensa de los espacios naturales y la realización de programas de formación, en materia de conservación de la naturaleza, calidad ambiental y mejora del medio ambiente en cualquiera de sus aspectos.

En el desarrollo de este documento, se describirá primeramente el trabajo que la Fundación Andanatura viene realizando con respecto a la promoción de un turismo sostenible, como una de sus principales actuaciones a favor del desarrollo sostenible de los espacios naturales protegidos de Andalucía, contribuyendo a generar riqueza y empleo. Para ello, empezaremos por hacer una breve definición de la actividad de Andanatura.

2. Qué es Andanatura

La Fundación Andanatura es una Fundación privada sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo fomentar el desarrollo sostenible de los espacios protegidos andaluces, ayudando a generar riqueza y empleo para fijar la población en estos espacios, mediante las siguientes líneas de actuación:

- **Fomento de actividades productivas sostenibles**, a través de la producción propia y la diversificación de la estructura económica local.
- La **formación y sensibilización ambiental** dirigida a los visitantes de los espacios naturales, sus habitantes y la sociedad en general a través de escuelas y centros de formación.
- La **protección y puesta en valor del territorio, su diversidad y su riqueza cultural y etnográfica**, por medio de la protección del medio natural y la valorización del territorio y su patrimonio.

Para realizar su trabajo, la Fundación Andanatura cuenta con un patronato que marca sus directrices y líneas de actuación, a la par que controla la gestión económica de la Fundación, sus integrantes son:

- Sadiel S.A.
- Fundación Vodafone.
- Sevillana Endesa.
- Iturri S.A.
- Fundación El Monte.
- Consejería de Medio Ambiente.
- Empresa de Gestión Medioambiental (Egmasa).
- Desarrollo Agrícola y Pesquero S.A. (DAP).

3. El trabajo de la Fundación Andanatura

El trabajo de la Fundación siempre se ha centrado en proponer, liderar y coordinar proyectos que inciden en los espacios naturales protegidos del territorio andaluz para contribuir a generar empleo y riqueza, siempre de manera sostenible, y evitar el despoblamiento de las zonas rurales.

Algunos ejemplos de la actividad que la Fundación Andanatura viene desarrollando hasta el momento, vinculados al turismo y/o su promoción, son:

- La Certificación de productos en espacios naturales a través de:
 - Su Entidad de Certificación y su trabajo para la marca Parque Natural de Andalucía.
 - La promoción de productos andaluces producidos en espacios protegidos y colaboración en Indicaciones Geográficas Protegidas.
- Andanatura también contribuye a la promoción de los espacios naturales andaluces mediante su implicación directa en:
 - *La Carta Europea del Turismo Sostenible*, cuyo objetivo es que los Parques Naturales sean identificados como destinos turísticos de calidad.
 - *La promoción de la marca Parque Natural de Andalucía*.
- Apoyo a los emprendedores que desarrollan su actividad en espacios naturales protegidos con actividades como:
 - El *Galardón al Desarrollo Sostenible*, premio que reconoce la labor ambiental de quienes hayan sobresalido por su especial contribución al desarrollo sostenible en el Parque Natural en el que desarrollen su actividad.
 - El estudio de viabilidad de la *actividad de custodia* de Andalucía que aglutine las iniciativas existentes para colaborar y fomentar la responsabilidad de los propietarios en la conservación de los valores naturales, culturales y paisajísticos de sus territorios a través de su uso sostenible.
 - La actividad de *pescaturismo*, actividad complementaria para barcos pesqueros que posibilitan su uso turístico recreativo.
 - El *Centro de Asesoramiento a Emprendedores*, que dinamiza proyectos empresariales sostenibles, fomentando y apoyando iniciativas emprendedoras en espacios protegidos.
- Actualmente Andanatura está propiciando la formación ambiental:
 - En municipios de espacios naturales protegidos andaluces.
 - Referente a la gestión de espacios naturales protegidos (instrumentos de planificación, manejo y evaluación para intervenir positivamente en la conservación de espacios naturales).
 - A través del juego de preguntas y respuestas ambientales *Trivianatura* para contribuir a la formación ambiental de los ciudadanos.

- Campaña de ahorro energético “Sevilla es energía”, con el objetivo de formar a los futuros consumidores.

En éstos y otros proyectos en los que la Fundación Andanatura participa como la coorganización de las Jornadas “medidas compensatorias en infraestructuras lineales” (2006), el “Primer Diálogo Internacional de la crisis del agua” (2005), la participación activa en la coordinación del área de Medio Ambiente de la Asociación de Fundaciones Andaluzas” o en el Congreso Nacional de Medio Ambiente (2004), algunos con trascendencia internacional, prima su objetivo fundamental de ayudar a generar riqueza y empleo en los espacios naturales andaluces siempre bajo parámetros de desarrollo sostenible.

4. La marca Parque Natural de Andalucía

Con el fin de favorecer el desarrollo sostenible en los espacios naturales protegidos de Andalucía, la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía creó la marca Parque Natural de Andalucía para beneficiar de una valoración del territorio a las empresas implantadas en los espacios naturales protegidos, mediante el refuerzo de su identidad y el apoyo a iniciativas empresariales. Así, se ofrece al visitante unos productos y servicios diferenciados y de calidad, asociados a los valores ambientales de los Parques Naturales, que potencian la imagen de producto natural, artesanal y auténtico.

Gracias a la marca Parque Natural de Andalucía el consumidor identifica unos productos y servicios diferenciados, mientras que los productos obtienen los beneficios directos de una valorización de su territorio y el apoyo a su actividad al responder a los requisitos y compromisos que recoge la marca: carácter local, respeto al medio ambiente, calidad de las materias primas empleadas y del proceso de su transformación.

Los requisitos de adhesión de los productos o servicios a la marca están incluidos en la Orden de 15 de diciembre de 2004, por la que se regula el régimen jurídico y el procedimiento de concesión de licencia de uso de la marca Parque Natural de Andalucía (BOJA 19/2005 de 22 de febrero).

La adhesión de los productos y servicios a la marca Parque Natural de Andalucía, supone adquirir unos compromisos por parte de la empresa, que constituyen las garantías de los valores de este distintivo, que con carácter general destaca por:

- Su compromiso por la *calidad*. En la medida en que el productor debe tener establecidos los procedimientos documentalmente para asegurar las especificaciones de calidad del producto o servicio.
- Su compromiso por el *medio ambiente*. Al asegurar el cumplimiento de la legislación medioambiental, incluida la específica de cada Parque Natural, y asumiendo un compromiso de mejora continua.
- Su compromiso por el *carácter local*. Puesto que se trata de productos y servicios de empresas y particulares que ejercen su actividad en el ámbito de los Parques Naturales y los municipios que los integran.

La marca Parque Natural de Andalucía distingue los sectores de Producto Natural, Producto Artesanal y Turismo de Naturaleza, con una serie de compromisos específicos:

- Producto Natural: la materia prima tiene que producirse al menos en un 75 por ciento en el ámbito del Parque Natural y proceder de agricultura ecológica o producción integrada.
- Producto Artesanal: el producto debe elaborarse en el ámbito territorial de un Parque Natural, en un proceso de fabricación total o parcialmente manual.
- Turismo de Naturaleza: incluye alojamiento, restauración y servicios de turismo activo.

Las ventajas de pertenecer a la marca Parque Natural de Andalucía son:

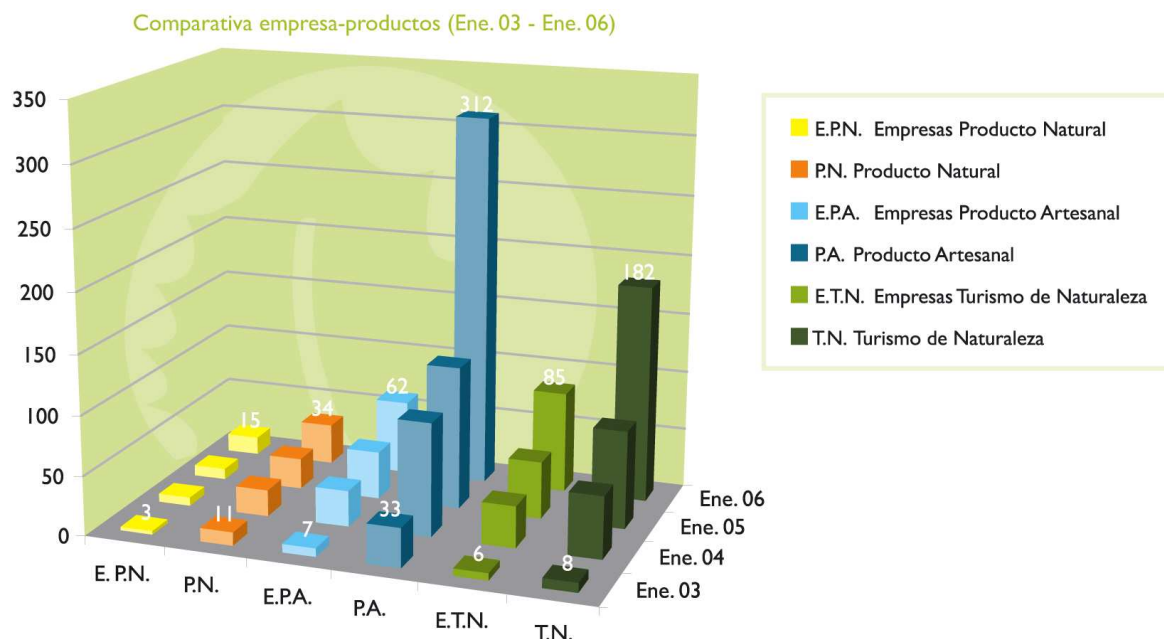
- La fuerza de una red de empresas artesanales y de turismo de la naturaleza adheridas a la marca para el intercambio de experiencias profesionales y empresariales.
- La promoción de productos y servicios a través de la página web de la Fundación Andanatura (www.andanatura.org) y la web de la Consejería de Medio Ambiente, así como de las acciones comunes (participación en ferias, congresos, muestras, edición de material promocional, etc.).
- La apertura hacia nuevos canales de difusión, comercialización y venta para las empresas, como las instalaciones de uso público de la Consejería de Medio Ambiente, puntos de información turística, hoteles y restaurantes adheridos a la marca.
- El asesoramiento y apoyo en temas de gestión ambiental y de la calidad. Así como de las nuevas normativas de aplicación.

5. La Entidad de Certificación de la marca Parque Natural de Andalucía

La misión de la Entidad de Certificación de la Fundación Andanatura es la evaluación de la conformidad de los productos y servicios, según las normas de Producto Natural, Producto Artesanal y Turismo de Naturaleza de la marca Parque Natural de Andalucía de la Consejería de Medio Ambiente. Esta entidad está acreditada por la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) desde el 17 de septiembre de 2004 (nº24/C-PR037).

En torno al mes de noviembre y con carácter anual, se realiza la auditoría de seguimiento de ENAC para el mantenimiento de la acreditación de la Entidad de Certificación de Andanatura, conforme a la norma EN-45011. En 2005 se realizó la primera y se superó satisfactoriamente el trámite que la acreditaba.

La Entidad de Certificación de Andanatura, que opera bajo un sistema de Gestión de la Calidad según la norma UNE-EN 45011, es la única Entidad de Certificación de producto con ámbito exclusivamente andaluz, que está acreditada ENAC, con esta norma como referencia. Así se reconoce su competencia para evaluar la conformidad de productos y/o servicios con los requisitos definidos en las normas de la marca Parque Natural de Andalucía, de la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.



El gráfico recoge la evolución y distribución por sectores de los productos certificados por la Fundación Andanatura con la marca Parque Natural de Andalucía, reflejando una tendencia positiva.

La Entidad de Certificación ha continuado con la evolución positiva que se iniciara en años anteriores, alcanzando en diciembre de 2005 la cifra de 162 empresas con 528 productos y servicios certificados para la posterior obtención de la licencia de uso de la marca Parque Natural de Andalucía. Esta evolución es claramente creciente en el caso del sector de Turismo de Naturaleza que constituye más de la mitad de los productos certificados con este sello, habiendo pasado de 8 productos certificados a casi 200 en sólo tres años.

La publicación de la nueva revisión para la marca Parque Natural de Andalucía, en enero de 2005, repercute en la necesaria formación continua de los auditores, en la información a las empresas interesadas o ya certificadas con la marca Parque Natural de Andalucía y produce las necesarias adaptaciones del Sistema de Gestión de la Calidad de la propia Entidad de Certificación, cuyos registros y actividades se informatizan completamente desde 2005 y sus bases de datos cumplen estrictamente, y en todo momento, con los requisitos vigentes sobre protección de datos.

La Entidad de Certificación tiene un equipo de 14 auditores cualificados y en formación continua, que permiten dar una rápida y eficiente cobertura a toda la geografía andaluza para cumplir su misión de evaluar la conformidad de los productos y servicios, según la norma de la marca Parque Natural de Andalucía. Esta plantilla de auditores así como los procesos de mejora continua de nuestro sistema de gestión de la calidad han hecho posible reducir el tiempo medio de gestión de expedientes de la Entidad de Certificación de Andanatura en más un 75 por ciento, desde el inicio de esta actividad en 2002. Una vez optimizados estos tiempos medios, 2005 y 2006 han significado un mantenimiento mientras, en paralelo, se ha seguido incrementando el número de expedientes gestionados.

6. Actividades de promoción de la marca Parque Natural de Andalucía

La marca Parque Natural de Andalucía ofrece un incentivo a la producción y comercialización de los productos originarios de estos espacios protegidos y es una herramienta eficaz para ayudar a alcanzar el objetivo del desarrollo sostenible en estos lugares. Para promocionar esta distinción, desde la Fundación Andanatura se ha venido realizando una serie de actividades orientadas a su conocimiento y dirigidas tanto a los consumidores como a las empresas.

El objetivo principal de las acciones de promoción de la marca Parque Natural de Andalucía es reforzar este distintivo como referente de calidad y compromiso con el medio ambiente, distinguiendo los productos y servicios elaborados con criterios de desarrollo sostenible. Con ello se incentiva a los empresarios para que se adhieran a la marca Parque Natural de Andalucía, contribuyendo a su fortalecimiento y viabilidad.

La promoción se dirige:

- Tanto a consumidores, para que reconozcan este referente de calidad y le otorguen el valor añadido que adquieren estos productos/servicios por estar elaborados en el entorno de un Parque Natural bajo criterios de sostenibilidad ambiental.
- Como a los empresarios, que desarrollan su actividad en el entorno de un Parque Natural y cumplen con las normas que regulan los criterios para obtener la licencia de uso de la marca Parque Natural de Andalucía (recogidos en la Orden de 15 de diciembre de 2004, publicada en el BOJA 19/2005 de 22 de febrero de la Consejería de Medio Ambiente).

Distinguimos las siguientes acciones de promoción:

- 6.1. Actualización de catálogos de la marca Parque Natural de Andalucía.
- 6.2. Organización y financiación de las Ferias de la marca Parque Natural de Andalucía.
- 6.3. Apoyo y asesoramiento a la asociación de empresarios licenciarios de la marca Parque Natural de Andalucía.
- 6.4. Promoción en prensa y revistas de la marca Parque Natural de Andalucía.

6.1. Actualización de catálogos de la marca Parque Natural de Andalucía

La Fundación Andanatura se encarga de coordinar la actualización anual de los catálogos que recogen todos los productos y servicios adscritos a la marca Parque Natural de Andalucía.

Dichos catálogos cuentan con un doble formato. Por un lado, *impresos* en papel, con un tamaño de bolsillo y un diseño ágil y atractivo que facilita la consulta inmediata del consumidor. Por otro lado, las nuevas tecnologías dominantes en la actualidad imponen un formato más interactivo, como el *DVD*, en el que se pueden consultar todos los productos y servicios de esta enseña de calidad y respeto al medio ambiente separados por categorías, por provincias y por Parques Naturales.

6.2. Organización y financiación de las ferias de la marca Parque Natural de Andalucía

Desde la primera edición de la Feria de la marca Parque Natural de Andalucía, en el año 2003, la Fundación Andanatura ha contribuido de manera activa en la organización y financiación de las 4 ediciones que se han celebrado hasta la fecha, contribuyendo en buena medida a su éxito. Desde el año 2004, este evento se desarrolla en el ámbito de la Feria Andaluza de Turismo y Desarrollo Rural (FERANTUR).

Se trata del mejor escaparate para todos los productos y servicios de esta enseña de calidad y respeto al medio ambiente en un foro especializado en el sector rural, que se está convirtiendo en referente del turismo natural y de calidad en Andalucía. Esta feria temática persigue reunir en un mismo evento al máximo número de empresarios que cuenten con la licencia de uso de la marca Parque Natural de Andalucía.

En el desarrollo de la Feria de la marca Parque Natural de Andalucía se hacen degustaciones de productos agroalimentarios adheridos a esta enseña. En este evento, Andanatura reparte a cada empresario expositor un amplio surtido de catálogos impresos, DVD's de la marca y diverso material promocional, facilitando el acceso del público asistente a la información referida a este sello de calidad y respeto al medio ambiente.

6.3. Apoyo y asesoramiento a la asociación de empresarios licenciarios de la marca Parque Natural de Andalucía

Andanatura propició el nacimiento de una asociación que agrupara a todos los empresarios que tenían productos o servicios con licencia de uso de la marca Parque Natural de Andalucía. Con ella, los empresarios tienen una participación activa y directa en la toma de decisiones que afectan a esta enseña de calidad, determinando su rumbo, en función de su experiencia en cada sector.

El apoyo y asesoramiento a esta organización se materializa en tres ámbitos diferenciados:

- **Secretaría técnica, asesoramiento jurídico y económico-financiero**

Desde su creación, la Fundación Andanatura ha prestado permanentemente apoyo jurídico-fiscal, ejerciendo de Secretaría Técnica en el funcionamiento ordinario de la asociación. Así mismo, Andanatura también ha apoyado y asesorado la central de compras y de reserva de productos/servicios adscritos a esta enseña, cuyo objetivo es facilitar al consumidor las compras y reservas.

- **Edición de boletines legislativos**

Con el fin de favorecer a todos los agentes implicados en los procesos de certificación, el acceso a las novedades legislativas y a la información sobre ayudas y subvenciones, Andanatura elabora mensualmente, desde el año 2003, boletines legislativos que distribuye gratuitamente a:

- ✓ **Empresarios** adscritos a la marca Parque Natural de Andalucía.
- ✓ **Auditores**, para que estén puntualmente informados de las modificaciones legislativas que les pueda afectar en sus procesos de auditorías.
- ✓ **Miembros del Comité de Certificación.**

- **Apoyo para la asistencia a ferias y otros eventos**

Las ferias son los mejores escaparates para la marca Parque Natural de Andalucía, ya que los consumidores y distribuidores tienen la ocasión de conocer de primera mano lo que significa este sello de calidad y respeto al medio ambiente como contribución al desarrollo sostenible.

La Fundación Andanatura siempre ha entendido que los mejores embajadores para este tipo de eventos son los propios empresarios adheridos a la marca Parque Natural de Andalucía. Con su presencia, los empresarios licenciarios apoyan la consolidación de esta enseña y contribuyen a su difusión de forma decidida, ya que son los más propicios para transmitir las virtudes de los productos elaborados y ofertados en nuestros Parques Naturales.

Anualmente, los empresarios deciden los eventos en los que va a estar presente la marca Parque Natural de Andalucía y solicita a Andanatura su apoyo a la hora de posibilitar la asistencia de empresarios a estos eventos sectoriales, mediante la financiación de los gastos ocasionados por el desplazamiento, estancia, espacios en recintos ferials o aportando el material promocional y publicitario (enars, trípticos, DVD's...).

Así, la Fundación Andanatura ha propiciado la presencia de los representantes de la marca Parque Natural de Andalucía en ferias y eventos nacionales e internacionales como FITUR, Biofach (Alemania), Expovacaciones o los Juegos del Mediterráneo, entre otros.

6.4. Promoción de la marca Parque Natural de Andalucía en revistas

La publicidad tradicional en medios impresos sigue contribuyendo de forma eficaz a llevar a los consumidores los mensajes de los anunciantes. Para transmitir los valores ecológicos y de calidad que respalda la marca Parque Natural de Andalucía, anualmente la Fundación Andanatura planifica la inserción publicitaria de los anuncios de la marca, en colaboración con la Consejería de Medio Ambiente. El objetivo fundamental es fin de potenciar su imagen entre el público en general y el potencial consumidor en particular.

El plan de publicidad se enfoca hacia revistas especializadas en el sector ambiental o de carácter general, tal es el caso de "Andalucía Ecológica" y de "Paisajes", respectivamente. Con esta última, desde 2005, la marca trasciende las fronteras de la comunidad andaluza, alcanzando una difusión nacional e internacional a través de los trenes AVE, TALGO, EUROMED, ALTADIA, ARCO, ALARIS y coches-cama.

7. La Carta Europea del Turismo Sostenible

La Carta Europea del Turismo Sostenible refleja el compromiso de la administración de los Parques Naturales con los agentes turísticos locales implicados (empresas y agencias de viajes, entre otros) para velar por la sostenibilidad de un sector económico crucial en nuestra comunidad.

La Fundación Andanatura está implicada en los trabajos orientados a ayudar a la implantación de la Carta Europea del Turismo Sostenible en los Parques Naturales andaluces que aún no la tienen. Actualmente ya son cinco los Parques Naturales andaluces que han firmado la Carta Europea del Turismo Sostenible, equivalente al 20 por ciento del total de Parques Naturales europeos que actualmente conforman la red de Parques Naturales adheridos a dicha carta. Éstos son:

- PN Los Alcornocales.
- PN Sierra de Aracena y Picos de Aroche.
- PN Sierra de Cazorla, Segura y Las Villas.
- PN Sierra de Grazalema.
- Espacio Natural de Sierra Nevada.
- Espacio Natural de Doñana.

La firma de esta carta refleja la voluntad por favorecer un turismo sostenible que reconoce la importancia de preservar el patrimonio natural y cultural parejo a la acogida por parte de la población local.

El proyecto integra seis programas que ponen en práctica el reconocimiento de la responsabilidad compartida entre los distintos actores relacionados con el turismo en los Parques Naturales adheridos a la Carta Europea del Turismo Sostenible.

Este proyecto de cooperación se enmarca en las actuaciones para implantar, mantener y desarrollar sistemas voluntarios de mejora del turismo y del medio ambiente. En la Unión Europea son ya 20 los espacios naturales adheridos a esta iniciativa.

7.1. Red de puntos de información

La Fundación Andanatura está contribuyendo la creación de una red de puntos de información a través de los establecimientos turísticos de los Parques Naturales andaluces adheridos a la Carta Europea del Turismo Sostenible. Para ello diseñará la imagen de dicha red, elaborará y montará los elementos básicos de la misma, utilizando la infraestructura de varias empresas e instalaciones turísticas, a quienes se facilitará material informativo para sus clientes.

Esta red se inspira en la existente en el Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa, en Cataluña. Con estos puntos de información se mejorará la capacidad informativa del parque, ofreciendo una información de calidad y de fácil acceso para el visitante sobre la oferta turística y el entorno natural, así como de los objetivos de conservación del patrimonio y el desarrollo turístico sostenible.

7.2. Guía de buenas prácticas medioambientales

En 2006, la Fundación Andanatura está realizando el diseño, la edición y distribución de una guía de buenas prácticas ambientales para los visitantes, que se repartirán entre los 375 establecimientos turísticos más importantes de los Parques Naturales adheridos a la Carta Europea del Turismo Sostenible. La tirada será de 95.000 ejemplares y su distribución será gratuita. Así también, se realizarán 400 carteles sobre el mismo tema,

que se distribuirán para su exposición en diferentes lugares de los Parques Naturales con CETS aprobados.

Se trata de dotar a las empresas turísticas de herramientas para transmitir el buen comportamiento ambiental que deben adoptar los visitantes del espacio protegido y animarles hacia unos hábitos más respetuosos con el medio ambiente.

Entre las buenas prácticas ambientales que se detallarán en la guía, destacamos:

- El respeto a la fauna y flora.
- Los residuos.
- La contaminación y el ruido.
- El agua.
- El fuego.

7.3. Jornadas de formación

La Fundación Andanatura ha organizado unas jornadas formativas en cada Parque Natural adherido a la Carta Europea del Turismo Sostenible, dirigidas a los agentes sociales implicados en el sector turístico de la zona (técnicos de los Parques Naturales, empresarios turísticos, técnicos de los Grupos de Desarrollo Rural y técnicos de los ayuntamientos, entre otros).

La finalidad de esta actuación es favorecer las interrelaciones entre los distintos actores del fenómeno turístico en los Parques Naturales, reforzando su comunicación y fomentando el mayor conocimiento de las funciones y responsabilidades de cada uno de ellos. Además, se pretende crear una red de colaboración en el marco del desarrollo turístico sostenible entre los asistentes, tal y como recomienda la propia Carta Europea del Turismo Sostenible. Entre los contenidos de dichas jornadas se tratarán:

- Las características, fortalezas y debilidades de cada Parque Natural.
- El turismo y su importancia económica para el parque.
- El desarrollo sostenible y su aplicación al turismo.
- El proceso de implementación de la Carta Europea y los beneficios que aporta a cada sector.
- La experiencia de otros Parques Naturales. Las tareas y competencias de cada uno de los agentes implicados en esta actividad.

7.4. Promoción de la marca Parque Natural de Andalucía en los puntos de información

En este caso, la Fundación Andanatura pretende diseñar canales de información para que los puntos de información que lo deseen puedan vender los Productos Naturales y Artesanales de la marca Parque Natural de Andalucía procedentes del Parque Natural en el que se encuentren, fundamentalmente.

Por ello, se ofrecerá la posibilidad de firmar convenios de colaboración entre los puntos de información y las empresas distribuidoras de los productos de la marca Parque Natural, que aseguren el suministro y reposición de dichos productos.

7.5. Cálculo de la capacidad de acogida

Basándose en el turismo sostenible que considera de suma importancia la correcta gestión del flujo de visitantes para evitar sobrecargar los espacios protegido, la Fundación Andanatura diseñará una metodología que estudie y prevea la capacidad de carga generada por una instalación o establecimiento turístico.

Esta herramienta de aplicación informática ayudará a planificar y gestionar la actividad turística de forma sostenible en el espacio y el tiempo. Permitirá hacer mediciones para asegurar el mantenimiento del desarrollo turístico y el uso público dentro de los límites de capacidad de acogida, así como los cambios aceptables y razonables en el territorio. Será una garantía de conservación del entorno natural y de la calidad de experiencia de los visitantes.

8. Conclusión

Los espacios naturales protegidos de Andalucía son territorios vivos y dinámicos a los que afectan los cambios sociales como el descenso de la natalidad, la incorporación de la mujer al mercado laboral o el aumento de la esperanza de vida. No obstante, uno de sus principales problemas es la elevada emigración de su población, hecho que repercute negativamente en la estructura socioeconómica de los espacios protegidos.

Por ello, uno de los objetivos prioritarios de la Fundación Andanatura es fijar la población en sus territorios y aumentar su calidad de vida, promoviendo la actividad emprendedora en los espacios naturales andaluces, siempre bajo criterios de desarrollo sostenible. Los espacios protegidos se convierten así en entornos generadores de nuevos empleos, que contribuyen a mejorar la economía local, priorizando el uso de recursos propios del territorio y respetando al máximo el entorno natural del que se nutre.

A lo largo de este documento hemos visto que ente las actividades de la Fundación Andanatura destaca el trabajo para implantar la marca Parque Natural de Andalucía de la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía. Este sello de calidad y medio ambiente aporta un valor añadido a la población y a los empresarios ubicados en alguno de los 24 Parques Naturales andaluces.

Además, la marca Parque Natural de Andalucía ofrece el visitante la garantía de unos productos y servicios diferenciados y de calidad, asociados a los valores medioambientales de los Parques Naturales, que potencian la imagen de producto natural, artesanal y auténtico.

Este sello de calidad y respeto al medio ambiente ha experimentado un extraordinario crecimiento en el sector turístico, que ha pasado de 8 productos certificados a casi 200 en tres años. Este hecho es fundamental si consideramos que el sector turístico constituye la vía de penetración de los espacios naturales, desde el que el consumidor entra en contacto con los productos, toma conciencia de su valor y los consume.

La marca Parque Natural de Andalucía se convierte así en un refuerzo de la identidad de los espacios protegidos y un claro apoyo a las iniciativas empresariales surgidas en ellos, incidiendo directamente en el sector turístico y contribuyendo a potenciar un sector fundamental de la economía andaluza.