



Congreso **Nacional del Medio Ambiente**
CUMBRE DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

Miguel González Ruiz

Director Gerente

Fundación Doñana 21

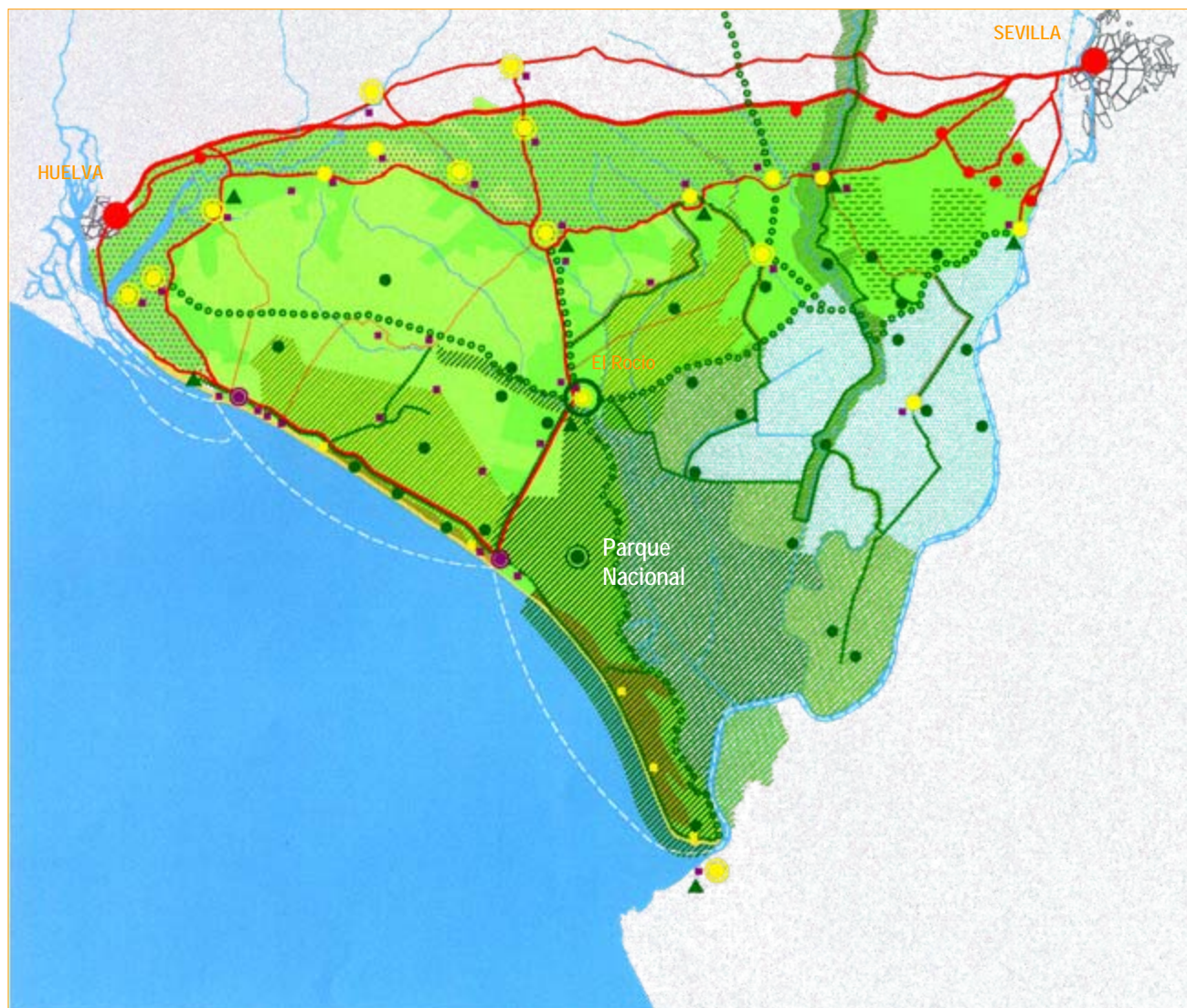
Uso turístico de los Espacios Naturales.

La experiencia de Doñana

Doñana, Noviembre 2006



Espacio natural Doñana



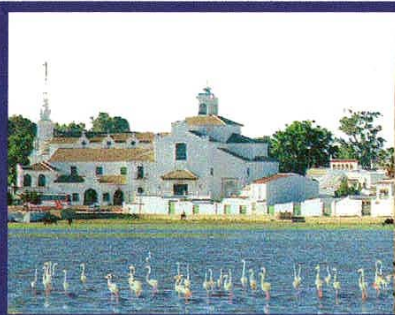
Un espacio conformado por muy diversos sistemas territoriales

EL TERRITORIO 	LOS NÚCLEOS URBANOS (13 ASENTAM. HUMANOS)	LAS MASAS FORESTALES (950 Km2)	LOS ESPACIOS PROTEGIDOS (1250 Km2)
			
LAS MARISMAS (1420 Km2)	LOS LUCIOS Y LAGUNAS	LAS DUNAS (53 Km2)	EL LITORAL 60 Km DE COSTA PROTEGIDA
			

Fuente Arenal, F. Prats y F. Fernández (AUIA): Estrategias Turísticas Territorial de Doñana

Doñana cuenta con recursos turísticos alternativos al turismo tradicional de sol y playa

EL ROCÍO



EL PARQUE NACIONAL



LOS PAISAJES



LOS PÁJAROS



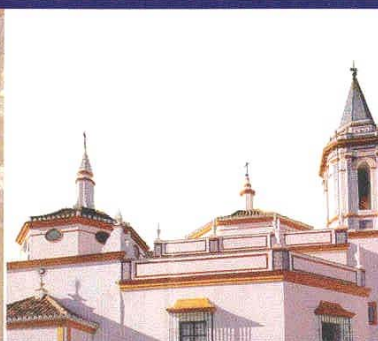
LOS CABALLOS



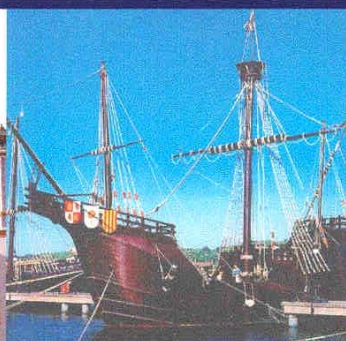
EL LITORAL Y LAS
PLAYAS



LOS RECURSOS
CULTURALES



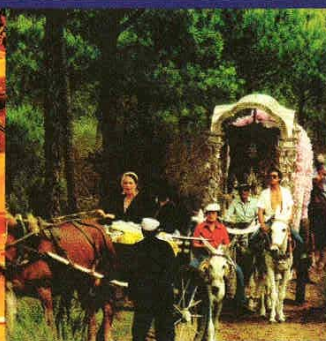
LOS LUGARES
COLOMBINOS



LA GASTRONOMÍA



LA CULTURA POPULAR



El nuevo turismo en Doñana.

- **Compatibilizar preservación y turismo.**
- **Respetar la capacidad de carga.**
- **Articular calidad + sostenibilidad.**
- **Un producto turístico multitemático y atractivo.**
- **Un turismo integrado en la Agenda Local 21.**
- **Un amplio acuerdo institucional y social.**
- **Carta Europea de Turismo Sostenible.**

En 2001, la Fundación Doñana 21 impulsa la comercialización de productos turísticos

Diagnóstico

- Empresas turísticas de pequeño tamaño con escasa capacidad de acceder al mercado
- Productos turísticos escasamente definidos
- Imagen de Doñana poco homogénea

Necesidades

- Herramienta de comercialización que fortalezca la capacidad de acceder al mercado
- Cartera de productos que atienda a las necesidades del mercado
- Homogeneizar la imagen y el mensaje que se transmite al cliente potencial

Herramientas

- Creación de Iniciativas de Desarrollo Sostenible Doñana 21, S.L. (IDS)
- Posterior incorporación de 6 empresas turísticas (2002-2003)
- Creación de Turismo de Doñana, S.L. como agencia de viajes mayorista – minorista (2003-2004)

Una cartera de productos definida y basada en torno a “clusters”

**Clientes con
necesidades distintas**



+

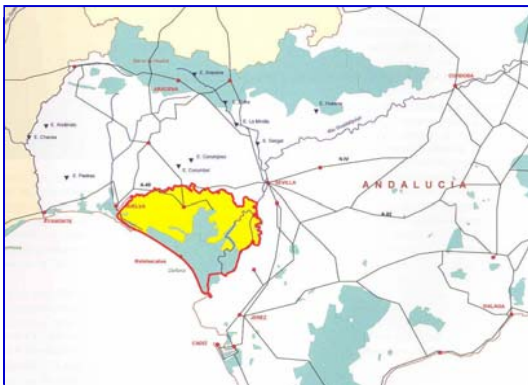
**Recursos turísticos
singulares y variados**



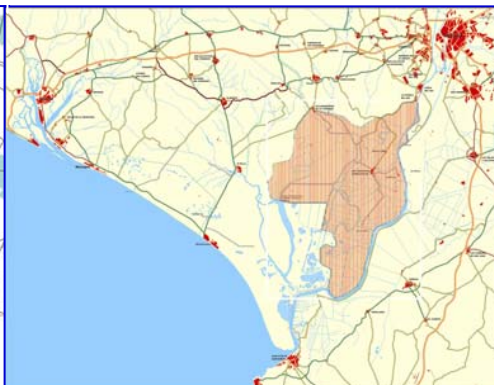
- **Turismo Ornitológico**
- **Turismo Equestre**
- **El Rocío + Parques**
- **Doñana Interior**
- **Lugares Colombinos**
- **Playas Naturales**
- **Sol y Playa Tradicional**
- **Deportivo / Golf**
- **Doñana Visión (gran tour)**
- **Educativo / Escolar**
- **Guadalquivir**

Cada producto se centra en zonas distintas, racionalizando el uso de los recursos

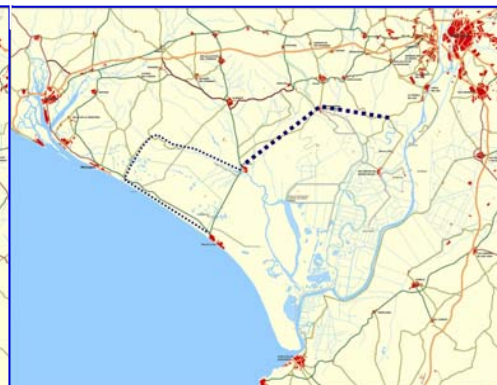
EL TERRITORIO



ORNITOLOGICO



ECUESTRE



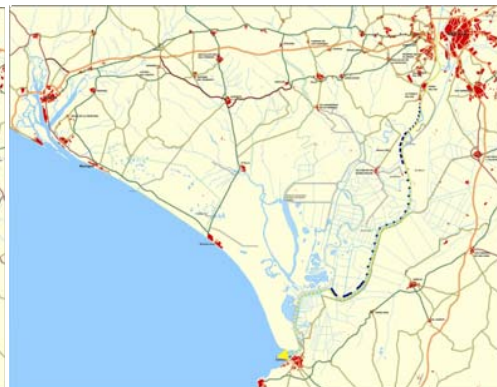
DOÑANA INTERIOR



EL ROCIO PARQUES

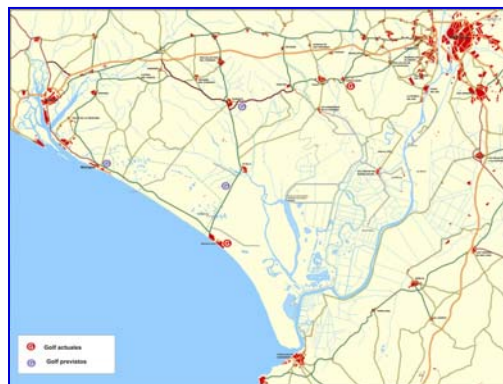


EL GUADALQUIVIR

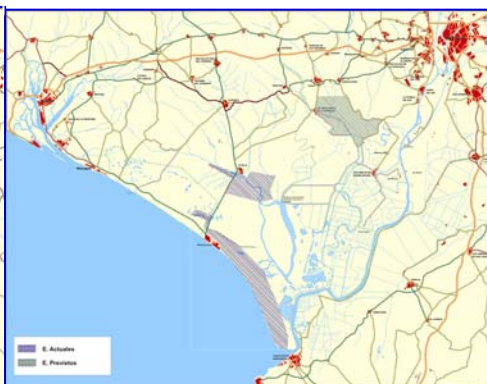


Cada producto se centra en zonas distintas, racionalizando el uso de los recursos (II)

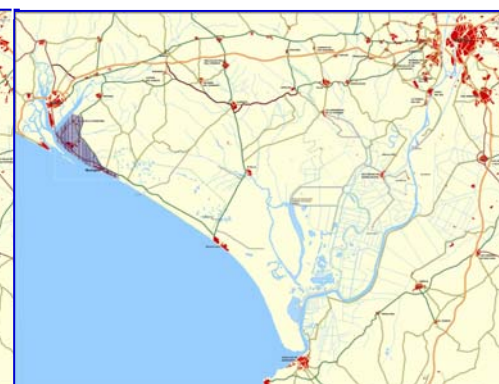
GOLF



EDUCATIVO-ESCOLAR



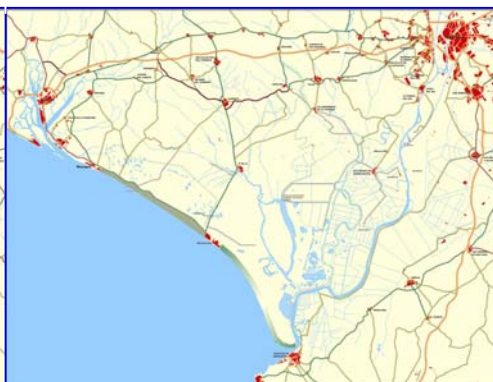
LUGARES COLOMBINOS



DOÑANA VISIÓN



PLAYAS NATURALES



SOL+PLAYA TRADICIONAL





FUNDACION DOÑANA 21

La Puerta de Entrada a Doñana

www.donana.es