



Congreso Nacional del Medio Ambiente

CUMBRE DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

---

Miguel González Ruiz

Director Gerente

Fundación Doñana 21

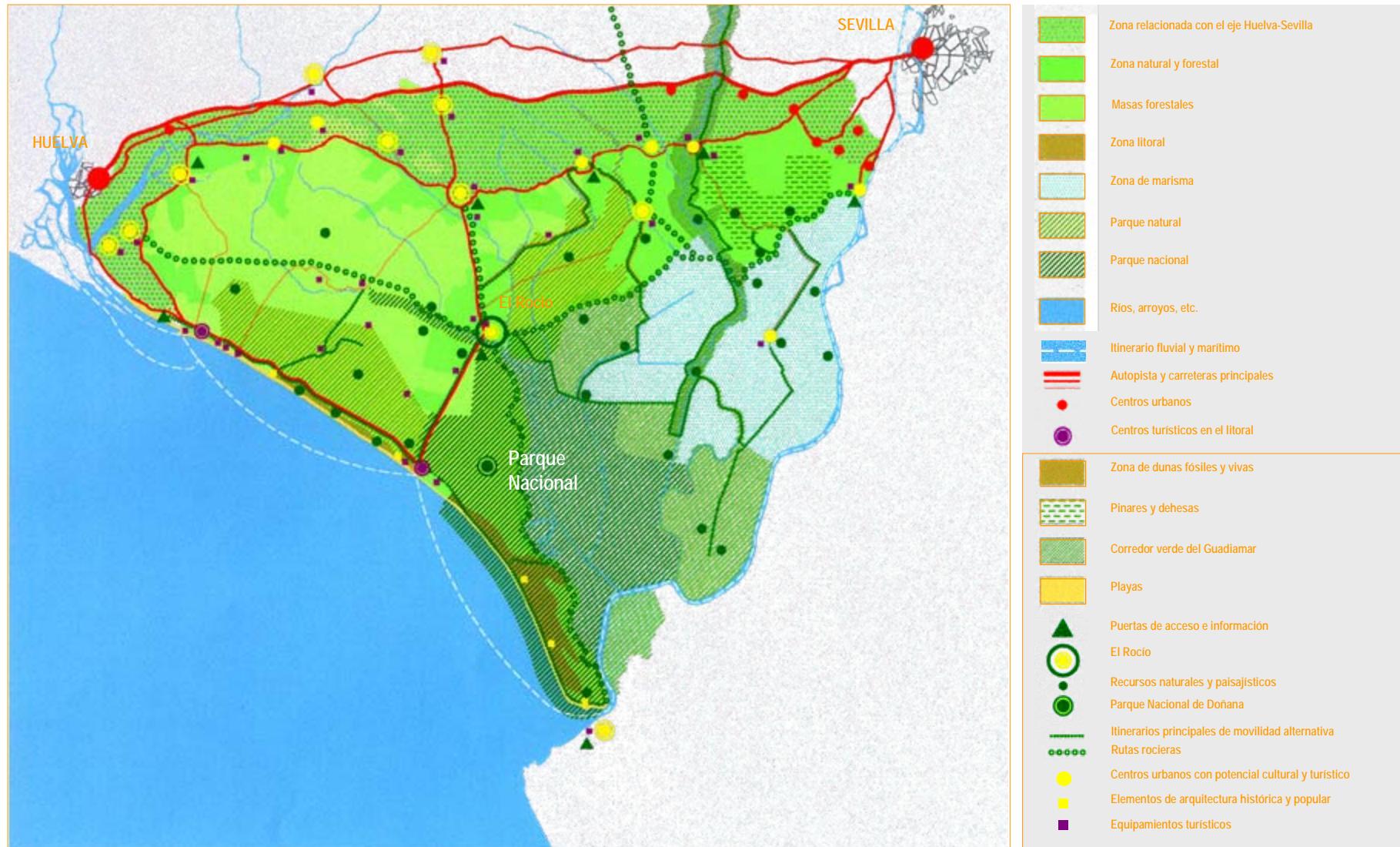
# Uso turístico de los Espacios Naturales.

## *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

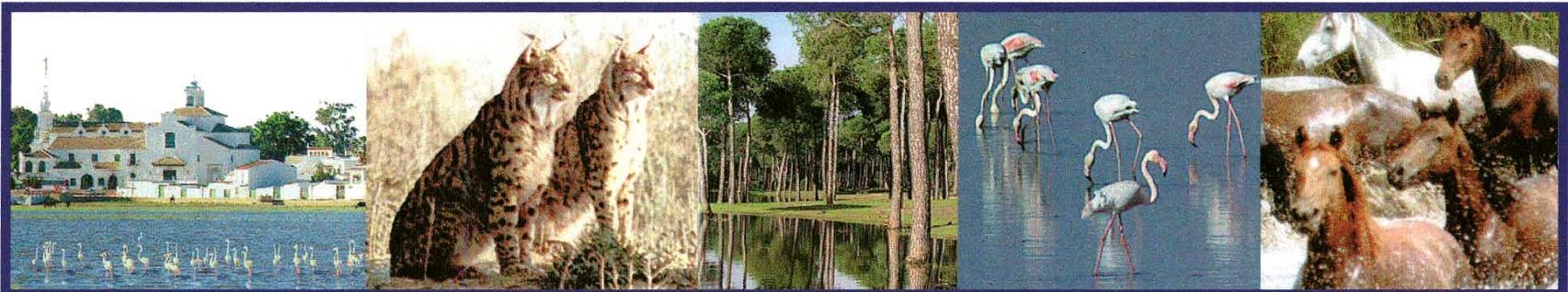
EL ROCÍO

EL PARQUE NACIONAL

LOS PAISAJES

LOS PÁJAROS

LOS CABALLOS



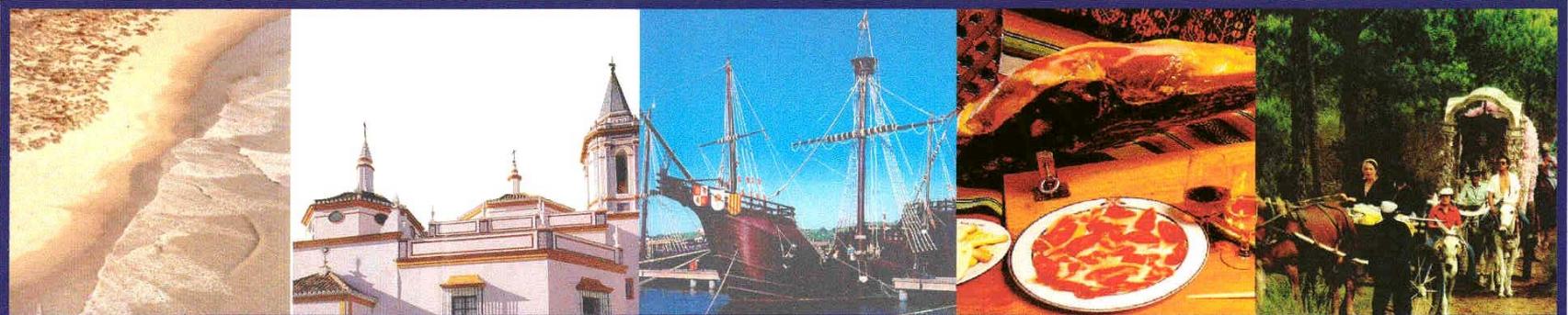
EL LITORAL Y LAS  
PLAYAS

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)

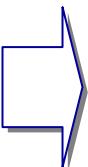
# Una cartera de productos definida y basada en torno a “clusters”

Clientes con necesidades distintas



+

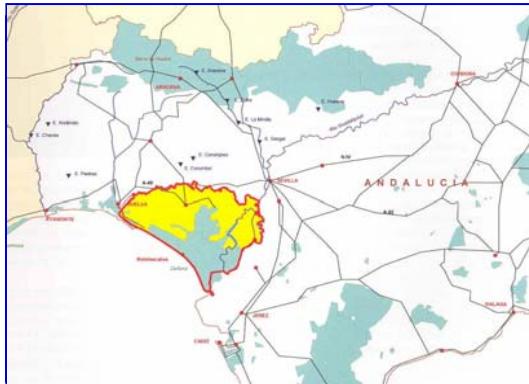
Recursos turísticos singulares y variados



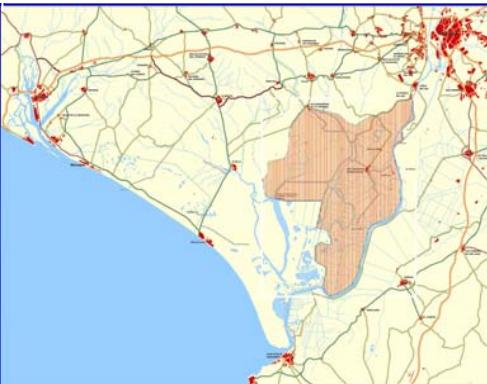
- Turismo Ornitológico
- Turismo Ecuestre
- El Rocío + Parques
- Doñana Interior
- Lugares Colombinos
- Playas Naturales
- Sol y Playa Tradicional
- Deportivo / Golf
- Doñana Visión (gran tour)
- Educativo / Escolar
- Guadalquivir

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

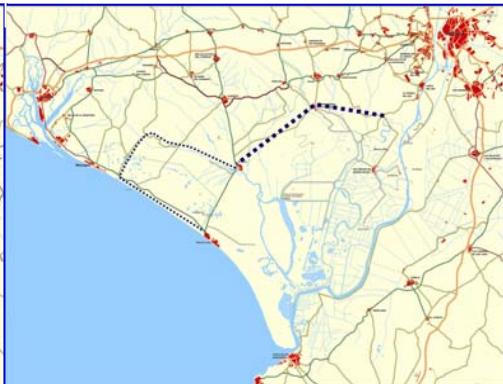
EL TERRITORIO



ORNITOLÓGICO



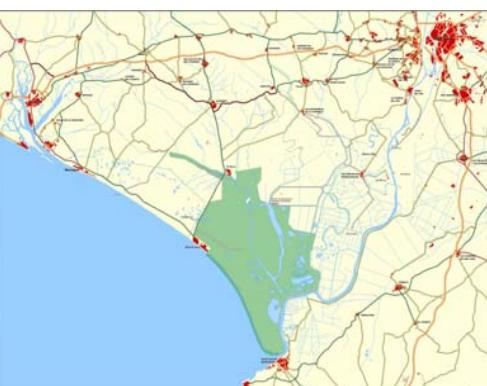
ECUESTRE



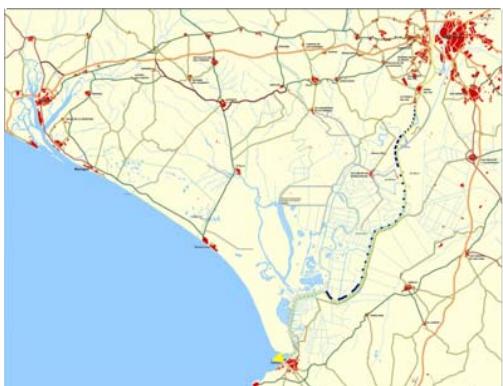
DOÑANA INTERIOR



EL ROCÍO PARQUES

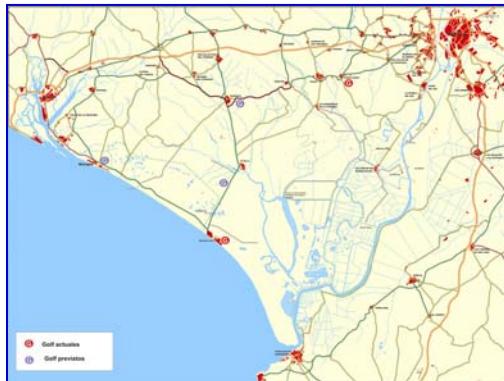


EL GUADALQUIVIR



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

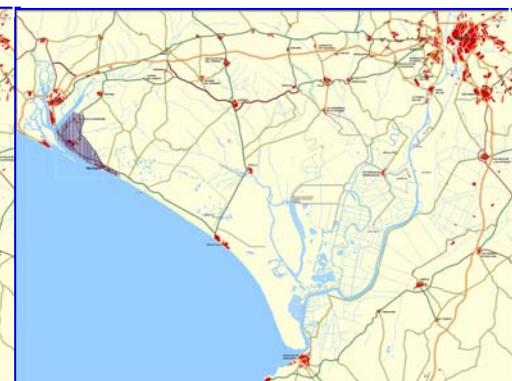
GOLF



EDUCATIVO-ESCOLAR



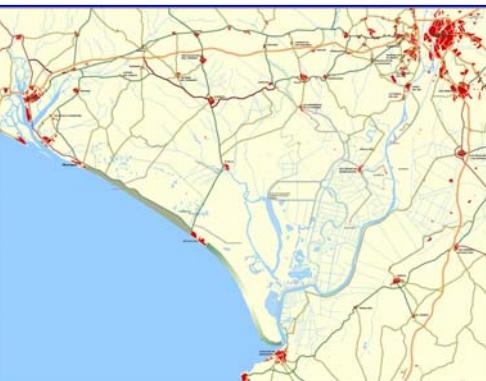
LUGARES COLOMBINOS



DOÑANA VISIÓN



PLAYAS NATURALES



SOL+PLAYA TRADICIONAL





**FUNDACION DOÑANA 21**

*La Puerta de Entrada a Doñana*

[www.donana.es](http://www.donana.es)