



 **Camino
Naturales**



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Impacto económico y social del Programa de Caminos Naturales

Septiembre 2014

Índice

1	EL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES.....	1
2	ESTUDIO DEL IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES	5
2.1	OBJETIVOS DEL ESTUDIO	5
2.2	EXTENSIÓN E IMPACTO DE LAS ACTIVIDADES EN SENDEROS SEÑALIZADOS	6
2.2.1	<i>Generalidades sobre los senderos señalizados.....</i>	<i>6</i>
2.2.1.1	La extensión de las redes de senderos señalizados	6
2.2.1.2	La práctica del senderismo y del ciclismo.....	11
2.2.1.3	El impacto económico del senderismo y del cicloturismo a nivel internacional.....	17
2.2.2	<i>Senderos señalizados en España y actividades que se practican en ellos.....</i>	<i>24</i>
2.2.2.1	Senderos señalizados en España	24
2.2.2.1.1	Programa de Caminos Naturales	24
2.2.2.1.2	Programa Vías Verdes	24
2.2.2.1.3	Senderos señalizados y homologados.....	26
2.2.2.1.4	EuroVelo en España	27
2.2.2.1.5	Otros tipos de senderos señalizados en España	28
2.2.2.2	Actividades que se realizan en los senderos señalizados en España: senderismo y cicloturismo en la naturaleza	29
2.3	METODOLOGÍA PARA LA ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES	34
2.3.1	<i>Encuestas a promotores del Programa de Caminos Naturales.....</i>	<i>34</i>
2.3.2	<i>Encuestas a usuarios del Programa de Caminos Naturales.....</i>	<i>34</i>
2.3.3	<i>Realización de aforos y estimación del número de usuarios del Programa de Caminos Naturales</i>	<i>36</i>
2.3.4	<i>Impacto económico directo e impacto económico indirecto e inducido del Programa de Caminos Naturales</i>	<i>37</i>
2.4	RESULTADOS: IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES.....	40
2.4.1	<i>Resultados relativos a usuarios.....</i>	<i>40</i>
2.4.1.1	Número de usuarios o número de visitas a los itinerarios del Programa de Caminos Naturales	40
2.4.1.2	Hábitos y características socioeconómicas de los usuarios del Programa de Caminos Naturales	44
2.4.2	<i>Resultados relativos a promotores.....</i>	<i>57</i>
2.4.2.1	Gasto de los promotores en la gestión del camino	57
2.4.3	<i>Impacto económico directo, indirecto e inducido del Programa de Caminos Naturales.....</i>	<i>61</i>
2.4.3.1	Impacto económico directo del Programa de Caminos Naturales	61
2.4.3.2	Impacto económico indirecto e inducido del Programa de Caminos Naturales	65
2.4.3.3	Impacto económico del Programa de Caminos Naturales: un breve análisis de sensibilidad de los resultados.....	78
2.4.4	<i>Impacto social del Programa de Caminos Naturales: conocimiento y presencia en medios</i>	<i>80</i>

2.5	POTENCIAL Y DESARROLLO DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES COMO ACTIVO PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO Y LA DIVERSIFICACIÓN DE LA ECONOMÍA DEL MEDIO RURAL	93
2.5.1	<i>El mercado del senderismo y del cicloturismo en España: situación actual y potencial</i>	93
2.5.2	<i>Elementos y herramientas para desarrollar el mercado del senderismo y del ciclismo recreativo en naturaleza en España</i>	110
2.5.2.1	Activos y herramientas para desarrollar este mercado en España.....	110
2.5.2.2	Características y preferencias de los senderistas como consumidores de turismo de naturaleza.....	119
2.6	SÍNTESIS DE RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	126
2.6.1	<i>Síntesis de resultados del estudio sobre el impacto económico y social del Programa de Caminos Naturales</i>	126
2.6.2	<i>Conclusiones y recomendaciones relativas al impacto económico y social del Programa de Caminos Naturales</i>	131
3	FUTURO DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES: ESTRATEGIA Y ACTUACIONES	133
3.1	DEBILIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES, DEL SENDERISMO Y DEL CICLOTURISMO EN ESPAÑA	133
3.1.1	<i>Debilidades</i>	133
3.1.2	<i>Amenazas</i>	134
3.1.3	<i>Fortalezas</i>	134
3.1.4	<i>Oportunidades</i>	136
3.2	APUNTES DE ESTRATEGIA PARA LA CONSOLIDACIÓN DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES COMO ACTIVO PARA EL DESARROLLO RURAL	137
3.2.1	<i>Ejes de actuación de la estrategia</i>	137
4	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y BIBLIOGRAFÍA	143
4.1	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS CITADAS EN EL TEXTO	143
4.2	BIBLIOGRAFÍA TEMÁTICA	145
4.2.1	<i>Referencias sobre impacto económico de los caminos. Cálculo de indicadores relativos de impacto económico</i>	145

Anexos

ANEXO I: ENCUESTA A USUARIOS DE CAMINOS NATURALES	I
ANEXO II: ENCUESTA A PROMOTORES DE CAMINOS NATURALES CONSTRUIDOS SOBRE PLATAFORMAS DE FERROCARRIL.....	VII
ANEXO III: ENCUESTA A PROMOTORES DE OTROS CAMINOS NATURALES	XXI
ANEXO IV: DATOS SOBRE USO DE ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES	XXIX
ANEXO V: APUNTES SOBRE LA INCIDENCIA EN OTROS SECTORES DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES Y ALGUNAS ACTUACIONES A CONSIDERAR	XLIII
ANEXO VI: UNA SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE DINAMIZACIÓN ECONÓMICA, GESTIÓN Y PROMOCIÓN DE ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES	XLIX

1 El Programa de Caminos Naturales

La modernización de los medios de locomoción ha permitido una mejora de la movilidad de las personas, reduciendo a unas horas trayectos que anteriormente exigían días o semanas. Ello ha supuesto que antiguas vías de comunicación (ferrocarriles en desuso, vías pecuarias, caminos históricos, caminos de servicio de canales, etc.) han dejado de ser utilizadas, produciéndose un deterioro y degradación de una parte muy valiosa del patrimonio histórico, cultural e industrial. De forma paralela, la sociedad moderna demanda cada vez más un acercamiento a la naturaleza durante su tiempo de ocio, como demuestra el crecimiento del denominado turismo de naturaleza en las últimas décadas¹.

Como respuesta a la disyuntiva formada por el abandono de infraestructuras por los nuevos modos de locomoción y la mayor demanda de naturaleza durante el ocio de la sociedad, nace, en el año 1993, el Programa de Caminos Naturales, por entonces *Plan Tejido Verde*, con la colaboración del entonces Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente (MOPTMA) y la Fundación de los Ferrocarriles Españoles, y que se basaba fundamentalmente en la recuperación de líneas férreas abandonadas. En el año 1996 se amplía el ámbito a otras infraestructuras de transporte también en desuso: Caminos Reales, Vías Pecuarias, caminos de sirga, senderos de montaña, caminos de servicio de antiguos canales, etc.

En estos veinte años de vigencia, el Programa ha acondicionado un total de 109 senderos —46 construidos sobre plataformas ferroviarias abandonadas (Vías Verdes) y que se extienden por 1.211,70 km, y 63 sobre otras infraestructuras como vías pecuarias, Caminos Reales y otros (7.517,00 km)—. Se han destinado casi 200 millones de euros en su acondicionamiento, extendiendo la red a más de 8.700 kilómetros.

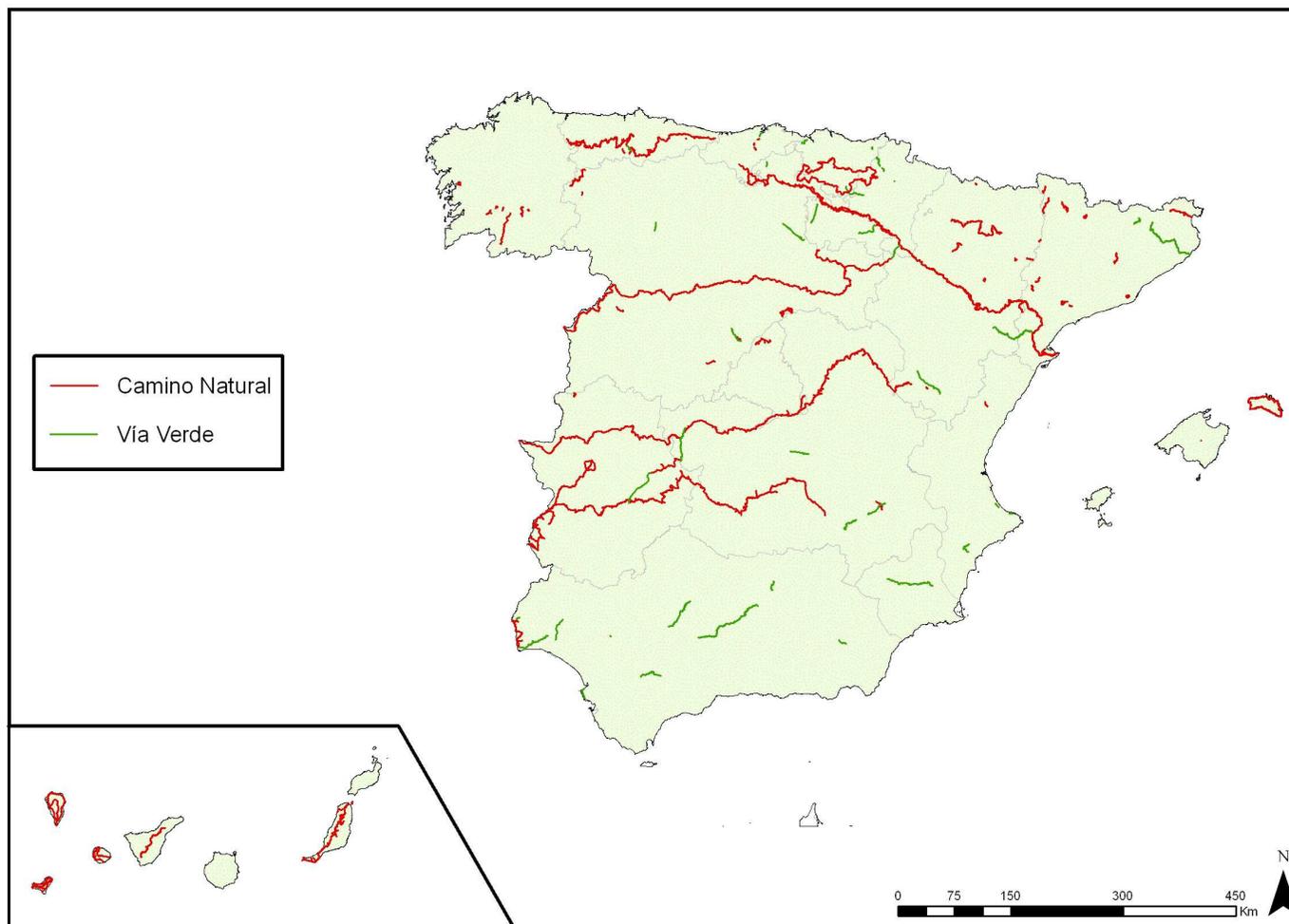
La puesta en marcha de Caminos Naturales de largo recorrido (Ebro, Cordillera Cantábrica, Tajo, Senda del Duero, Guadiana, etc.) ha supuesto un importante crecimiento de esta red en los últimos años.

Los objetivos del Programa de Caminos Naturales, básicamente, son los siguientes:

- ✿ Mantener el uso público de las infraestructuras de comunicación.
- ✿ Dar respuestas a la demanda social de servicios turísticos alternativos.
- ✿ Facilitar a la población el acceso a una experiencia deportiva, cultural, educativa y de contacto con la naturaleza.
- ✿ Favorecer el desarrollo sostenible de la zona de actuación mediante la potenciación de los recursos económicos, el fomento del empleo y el asentamiento de la población en su lugar de origen.

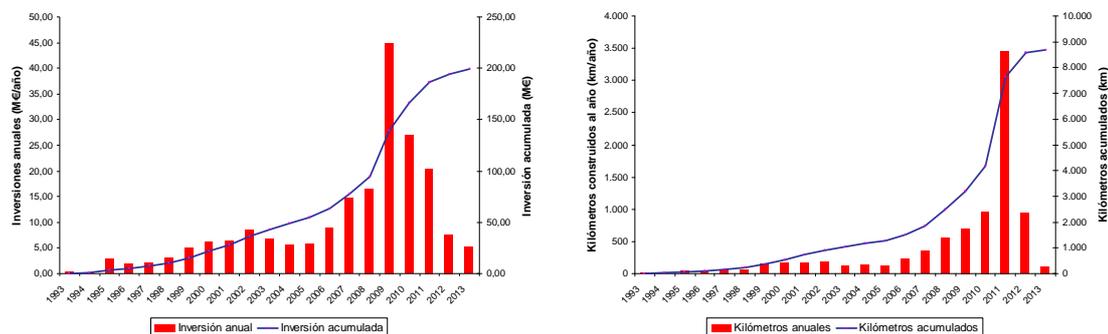
¹ Secretaría General de Turismo (2004)

MAPA 1 / ITINERARIOS INCLUIDOS DENTRO DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



Fuente: Programa de Caminos Naturales

GRÁFICO 1 / RITMO DE INVERSIONES Y DE EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



Fuente: Programa de Caminos Naturales

Inicialmente los itinerarios surgen de la iniciativa de entidades públicas o privadas que proponen la inclusión de la infraestructura en el Programa. Para ello, estas entidades que quieran acogerse al Programa de Caminos Naturales deben solicitarlo al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente aportando la siguiente documentación:

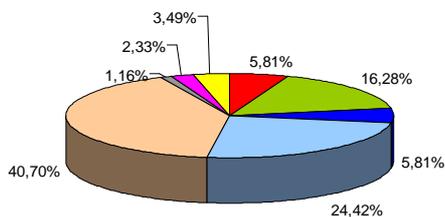
- ✂ Proyecto de las obras de acondicionamiento del trazado de la infraestructura que se quiera integrar en el Programa.
- ✂ Acuerdo de compromiso de la entidad promotora en el que se exprese:
 - Que existe disponibilidad de los terrenos para la realización de las obras.
 - Que asumirán las labores de mantenimiento y conservación de las obras una vez finalizadas.
 - Que adquieren la responsabilidad patrimonial y extracontractual ante la eventualidad de cualquier hipotético daño o siniestro producido en los terrenos y/o bienes inmuebles integrantes del “camino natural” o vinculados a él, o que como consecuencia de un limitado mantenimiento puedan originarse en las propiedades limítrofes, usuarios o personas situadas en las cercanías.

Además de estos itinerarios, se incluyen en el Programa algunos otros por iniciativa del propio Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente; son aquellos de largo recorrido y que atraviesan varias comunidades autónomas, en los que el Ministerio actúa como promotor,

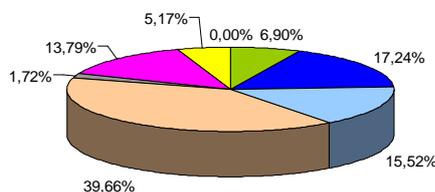
Este modelo de adscripción de infraestructuras al Programa (ya sea de los propios senderos o de infraestructuras relacionadas con el sendero) hace que se incluyan en el mismo promotores de muy distinta naturaleza, desde el propio Ministerio hasta fundaciones o asociaciones, pasando por administraciones autonómicas y locales.

GRÁFICO 2 / TIPO DE PROMOTORES DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES

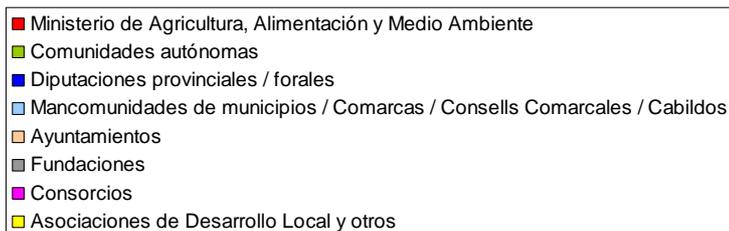
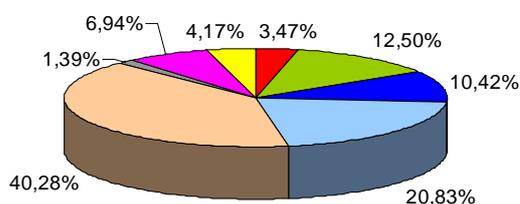
Tipos de promotores de los Caminos Naturales del Programa de Caminos Naturales



Tipos de promotores de las Vías Verdes del Programa de Caminos Naturales



Tipos de promotores del Programa de Caminos Naturales



Fuente: Programa de Caminos Naturales

Finalmente, en la página web del Programa de Caminos Naturales del Ministerio se encuentra toda la información actualizada², desde los propios itinerarios (con información cartográfica y de características de los trazados) hasta distintas publicaciones realizadas en el marco del Programa (libros, guías, folletos divulgativos, manuales).

² <http://www.magrama.gob.es/caminos-naturales/>

2 Estudio del impacto económico y social del Programa de Caminos Naturales

2.1 Objetivos del estudio

Son escasos los estudios que, en el ámbito de España, en general, y en el ámbito del Programa de Caminos Naturales, en particular, proporcionan información sobre el uso que se hace de los senderos señalizados por parte, esencialmente, de senderistas y cicloturistas. La importancia que esta información tiene, tanto para el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente —como planificador y constructor de la red— como para promotores de los itinerarios —como gestores de las infraestructuras—, han actuado como catalizador para la realización del presente estudio.

El objetivo principal del presente estudio es conocer el impacto económico y social del Programa de Caminos Naturales, con la intención de, por un lado, evaluar el papel actual que esta iniciativa tiene en el desarrollo del medio rural de nuestro país y, por otro, identificar los aspectos en los que el Programa puede mejorar para potenciar dicho impacto.

Para la consecución de este objetivo principal ha sido necesario que el presente estudio obtenga información, tanto cuantitativa como cualitativa, respecto a los siguientes aspectos, entre otros:

- ✿ Nivel de uso de los itinerarios, perfil socioeconómico de los usuarios, perfil del gasto que realizan los usuarios, lugar donde realizan dicho gasto, estacionalidad de los flujos de visitantes y reparto modal de los distintos tipos de usuarios.
- ✿ Gestión que actualmente realizan los promotores de los itinerarios (mantenimiento de la red, promoción y difusión de los itinerarios, etc.).
- ✿ Características del mercado del ocio activo (senderismo y ciclismo, especialmente) en España y papel que el Programa puede desempeñar en su desarrollo.
- ✿ Papel e importancia que el Programa de Caminos Naturales puede desempeñar para contribuir al desarrollo del medio rural, mediante el conocimiento de su contribución actual y potencial al crecimiento económico y a la diversificación de la economía del medio rural.
- ✿ Información sobre los usuarios de las infraestructuras, sus preferencias y necesidades, útil para gestores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales, tanto actuales como futuros, con el fin de adaptar la oferta de itinerarios a las necesidades de la población y garantizar el éxito de las infraestructuras y, con ello, el éxito del Programa.

Tras la breve descripción del Programa que se ha realizado anteriormente, el presente informe dedica el Capítulo 2 a presentar el estudio relativo al impacto económico y social del Programa de Caminos Naturales. Además de ofrecer cifras estimadas del impacto económico del Programa, este epígrafe recoge toda la información proporcionada por las encuestas a usuarios

y promotores: número de usuarios estimados que soportan los itinerarios incluidos en él, perfil de los mismos, actividades de los promotores en la gestión de los itinerarios, percepción de los promotores respecto al impacto actual y potencial de las infraestructuras, etc. Este apartado se completa con un análisis de la presencia en los medios de comunicación, en las redes sociales y en las páginas web de organismos oficiales, tanto de la Administración General del Estado como autonómicas, del Programa de Caminos Naturales, continuando con un análisis del mercado actual y potencial del senderismo y del cicloturismo en España —definiendo el papel que el Programa puede desempeñar en el desarrollo de productos turísticos relacionados con el ocio activo— y finalizando con un apartado de síntesis de resultados, conclusiones y recomendaciones.

El estudio finaliza con un capítulo dedicado a la formulación de una serie de acciones que permitirían configurar y promover los caminos naturales del Programa como un activo turístico de calidad, reconocido y relevante para el desarrollo del mercado de ocio activo en nuestro país.

La promoción de los Caminos Naturales y su reclamo como producto turístico es una de las actuaciones recogidas en el Plan Director del Programa de Caminos Naturales, instrumento de planificación estratégica que sienta las bases para la futura gestión de las actuaciones del Programa a desarrollar a medio-largo plazo.

2.2 Extensión e impacto de las actividades en senderos señalizados

2.2.1 Generalidades sobre los senderos señalizados

2.2.1.1 La extensión de las redes de senderos señalizados

El desarrollo de las redes de senderos del mundo —entendidas éstas como conjunto de infraestructuras (en este caso, básicamente, caminos y dotaciones de servicios) para la práctica del senderismo y del ciclismo— es muy variable entre distintos países, dependiendo de la extensión de estas prácticas como actividades de ocio y de las características poblacionales del país. Teniendo en cuenta que la existencia de una buena red de senderos incidirá positivamente en un destino turístico rural³, la extensión de las redes de senderos señalizados informará sobre la relevancia del senderismo y/o del ciclismo recreativo en un ámbito territorial concreto.

El Gráfico 3 recoge la extensión, absoluta y relativa, de las redes de senderos señalizados de algunos países europeos.

- ✚ Reino Unido es el país que más kilómetros tiene de senderos señalizados (225.000), seguido muy de cerca por Alemania (200.000) y Francia (178.000).
- ✚ Sin embargo, la densidad de senderos señalizados (cociente entre longitud de senderos y superficie del país) es máxima en Suiza (1,45 kilómetros de senderos por kilómetro

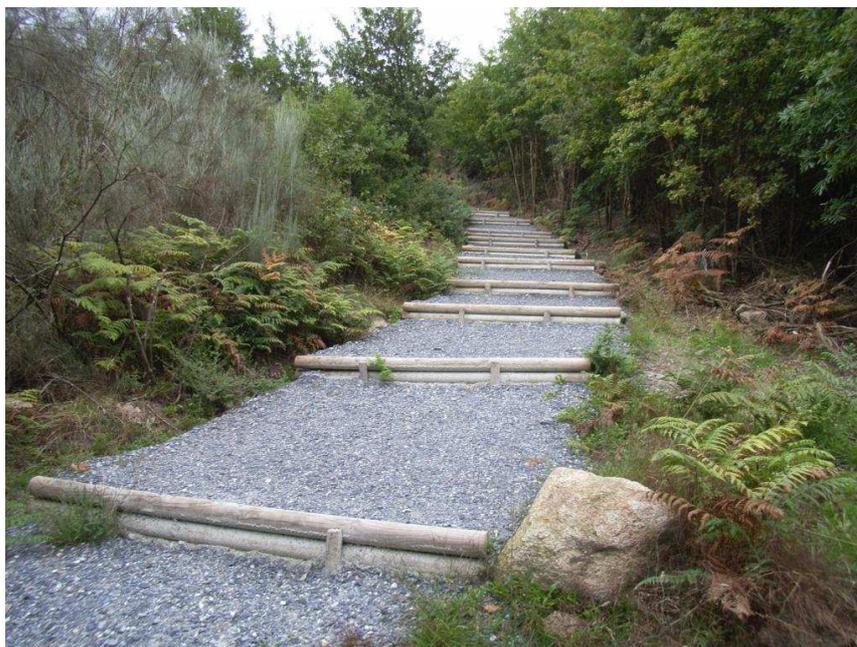
³ Hernández (2011)

cuadrado de superficie). Reino Unido, Alemania y Austria siguen al país helvético, aunque a considerable distancia (0,93, 0,56 y 0,52, respectivamente).

- ✦ España presenta una densidad de senderos señalizados de las más bajas de Europa (0,15 km/km²), con una extensión de la red de aproximadamente 77.000 kilómetros⁴. De la selección de países del Gráfico 3, únicamente Finlandia y Noruega tienen una densidad significativamente menor de senderos señalizados, países que poseen una especial demografía (países muy extensos pero muy poco poblados, con extensas áreas con población nula o prácticamente nula). Holanda y Hungría también tienen densidades de senderos señalizados inferiores a España, aunque con menores diferencias.

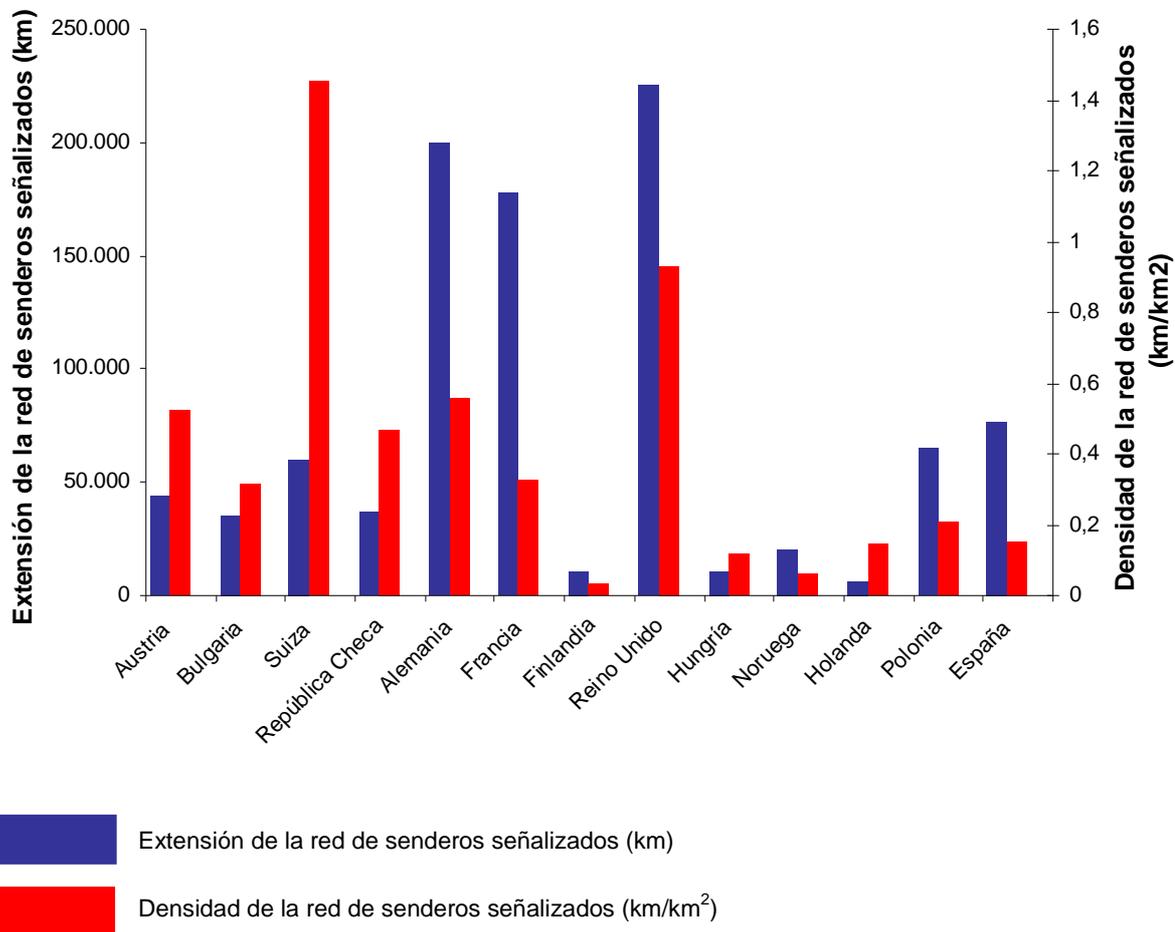
Los datos sobre estas redes de senderos señalizados fueron recopilados de la web de la *European Ramblers' Association*, por lo que hacen principalmente referencia a itinerarios para la práctica del senderismo.

Existen redes europeas de itinerarios internacionales que sirven de unión entre los países y que conforman grandes recorridos de interés ecoturístico, tanto para senderismo —los denominados Senderos Internacionales, 12 grandes recorridos con 60.270 km (Gráfico 4)— como para bicicletas —la red europea EuroVelo, formada por 14 rutas de larga distancia actualmente en servicio o en proyecto que se extienden por más de 70.000 km en toda Europa (Gráfico 5)—.



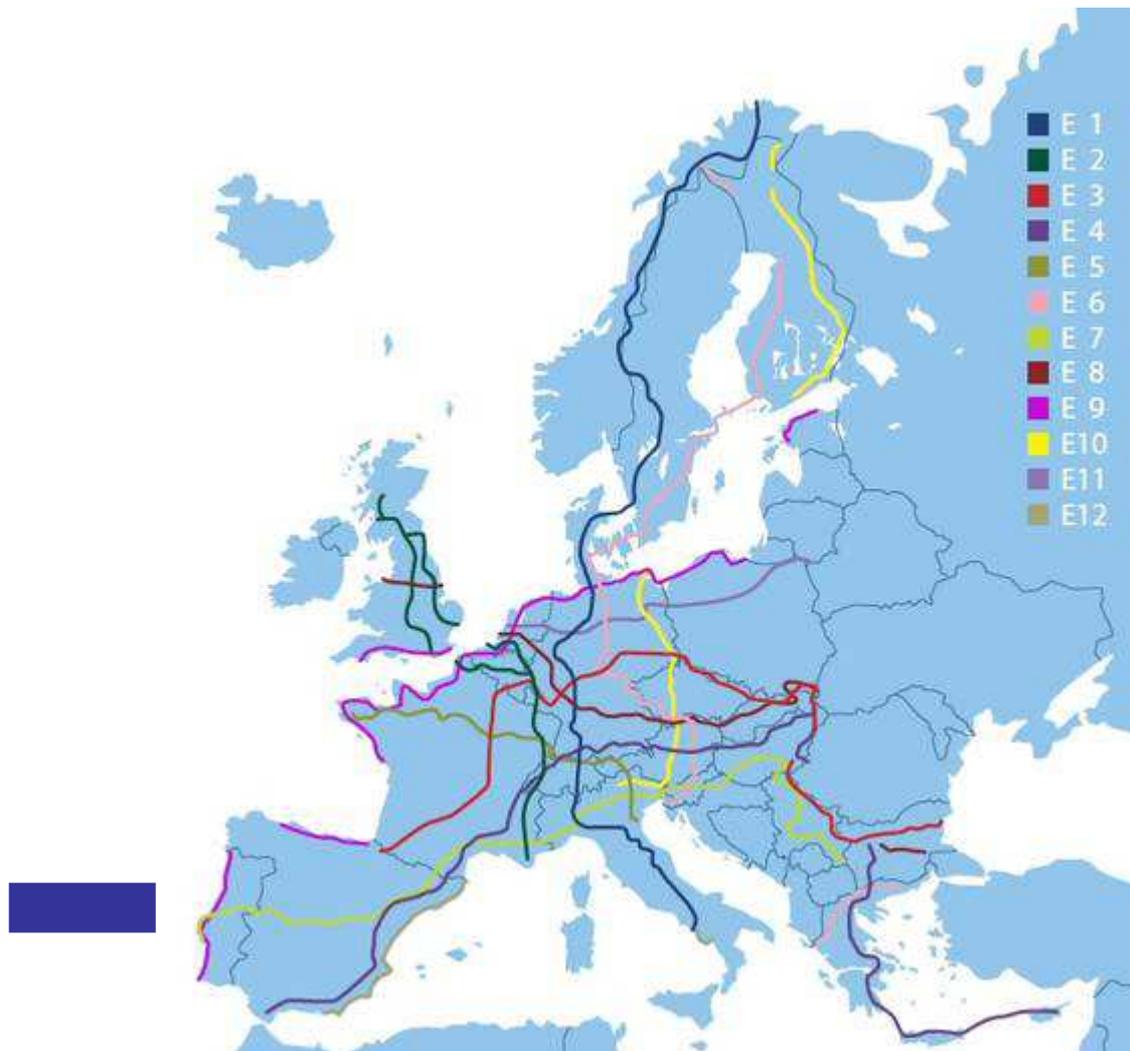
⁴ Estimación realizada a partir de los datos proporcionados por Nasarre (2012), Fundación Biodiversidad y Fundación de los Ferrocarriles Españoles (2007) y el Programa de Caminos Naturales

GRÁFICO 3 / EXTENSIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS PARA LA PRÁCTICA DEL SENDERISMO EN DISTINTOS PAÍSES



Fuente: Elaboración propia a partir de la web de la *European Ramblers' Association*, Nasarre (2012) y del Instituto Nacional de Estadística de España (INE)

GRÁFICO 4 / ITINERARIOS EN SERVICIO Y EN PROYECTO DE LAS REDES EUROPEAS, SENDEROS INTERNACIONALES



Fuente: [http:// www.era-ewv-ferp.com/](http://www.era-ewv-ferp.com/)

GRÁFICO 5 / ITINERARIOS EN SERVICIO Y EN PROYECTO DE LA RED EUROVELO



Fuente: <http://www.eurovelo.org/routes/>

2.2.1.2 La práctica del senderismo y del ciclismo

La Tabla 1 muestra las cinco actividades de ocio al aire libre más comunes en Estados Unidos. El senderismo, la carrera/jogging/trail running y el ciclismo de montaña son actividades susceptibles de realizarse en senderos señalizados, por lo que puede concluirse que estas infraestructuras son el soporte de actividades de ocio muy demandadas por la sociedad, practicadas por el 46% de la población estadounidense mayor de seis años (unos 130 millones de personas).

TABLA 1 / ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE MÁS COMUNES EN ESTADOS UNIDOS

Actividad al aire libre	Participación		Frecuencia (al año)	
	Número de participantes (millones)	Porcentaje población mayor de 6 años	Número medio de salidas por participante	Número de salidas total (millones)
Carrera/jogging/trail running	53,2	19%	87	4.600
Pesca en agua dulce, en agua salada y con mosca	46,0	16%	64	2.700
Ciclismo de carretera, de montaña y BMX	42,3	15%	46	1.200
Camping	38,0	13%	22	1.000
Senderismo	34,5	12%	18	603

Fuente: Outdoor Participation Report 2013 USA

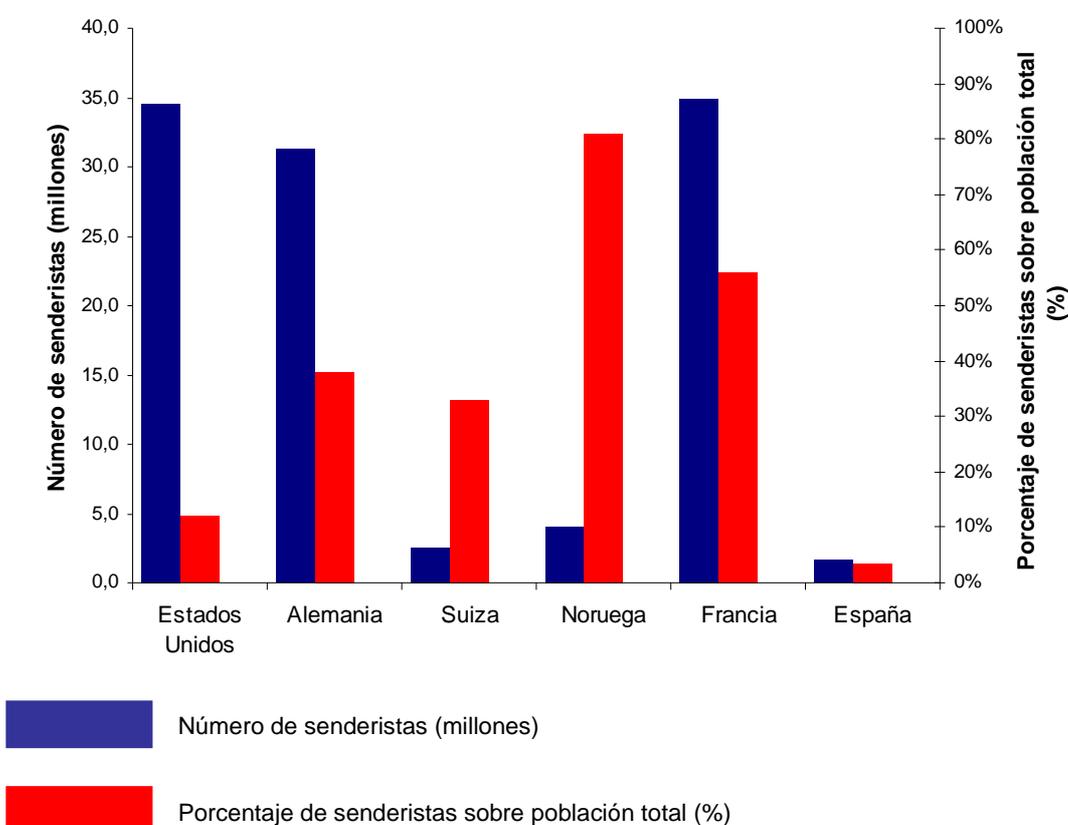
Siendo importante el senderismo en Estados Unidos, algunos datos disponibles relativos a países de nuestro entorno (Europa) muestran una mayor importancia del senderismo:

- ✿ En Alemania alrededor del 38% declara que practica senderismo con cierta asiduidad (lo que extiende el mercado a más de 30.000.000 de usuarios). Unos 16 millones más lo practican aunque sea raramente, lo que hace ascender el número de senderistas al 56% de la población alemana (ver Gráfico 6).
- ✿ Un porcentaje similar (33%) de la población suiza se declara senderista (2,5 millones de usuarios), aunque casi 6 millones (el 75% de la población total) de suizos utilizan de alguna forma las redes de senderos señalizados existentes en el país helvético⁵.

⁵ Comunicación de Sabina Brack (Federación Suiza de Senderismo) en la *World Trail Conference 2012*

- ✦ En el año 2011, un 81% de los noruegos (casi 4 millones) manifestaron que en el último año habían realizado un viaje corto para hacer senderismo en el bosque o en las montañas⁶.
- ✦ La Federación Francesa de Senderismo estima que en Francia existen unos 35 millones de senderistas (el 56% de la población francesa)⁷.
- ✦ En España, la *Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010*, elaborada por el Consejo Superior de Deportes y el Centro de Investigaciones Sociológicas, estima en 1,6 millones el número de senderistas en nuestro país, lo que apenas supone el 3,5% de la población española.

GRÁFICO 6 / PRÁCTICA DEL SENDERISMO EN DISTINTOS PAÍSES



Fuente: Elaboración propia a partir de distintas fuentes, citadas en el texto.

⁶ Statistics Norway. <http://ssb.no/>

⁷ Comunicación de Philippe Rouche (Federación Francesa de Senderismo; FFRandonnée) en la *World Trail Conference 2012*

La práctica del ciclismo como actividad recreativa (no como principal medio de transporte) es generalmente menor que la práctica del senderismo, pero muy relevante en determinados países:

- ✧ El Parlamento Europeo ha estimado un total de casi 2.300 millones de viajes de cicloturismo en los países de la Unión Europea, Noruega y Suiza⁸. La práctica totalidad de estos viajes (99,1%) se deben a visitas de un día, sin pernocta. Más del 25% de estos viajes se realizan en Alemania (Gráfico 7).
- ✧ La práctica del cicloturismo está muy extendida en países como Finlandia o Suecia, con cifras de ratio entre viajes de cicloturismo y población total del país de 15 ó 20 (ver Gráfico 8).
- ✧ España se encuentra entre los países con menor número de viajes de cicloturismo por habitante, con una ratio de menos de 2.
- ✧ En Alemania, los turistas que dedican varios días a unas vacaciones ciclistas han aumentado desde los 2 millones en 2002 hasta los 2,45 millones en 2004⁹.

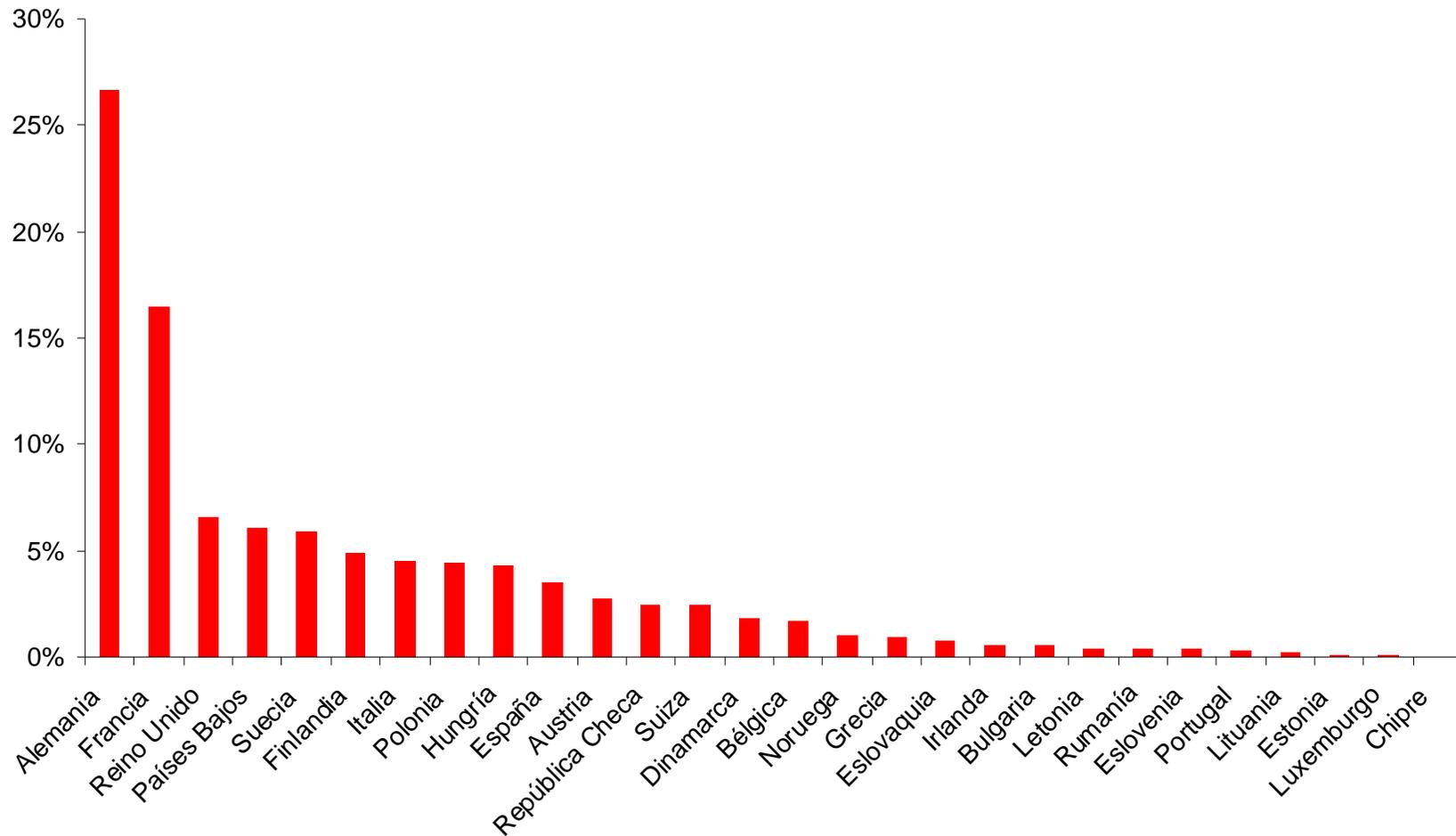
Estas cifras relativas a ciclismo recreativo extraídas de la literatura no identifican el escenario donde se realiza el cicloturismo, incluyéndose en las mismas la práctica del ciclismo en vías de comunicación distintas a los denominados senderos señalizados. Son, pues, cifras que indican la importancia del ciclismo recreativo en estos países, independientemente de que su práctica se realice o no en senderos especialmente habilitados para el desplazamiento no motorizado.



⁸ European Parliament's Committee on Transport and Tourism (2012)

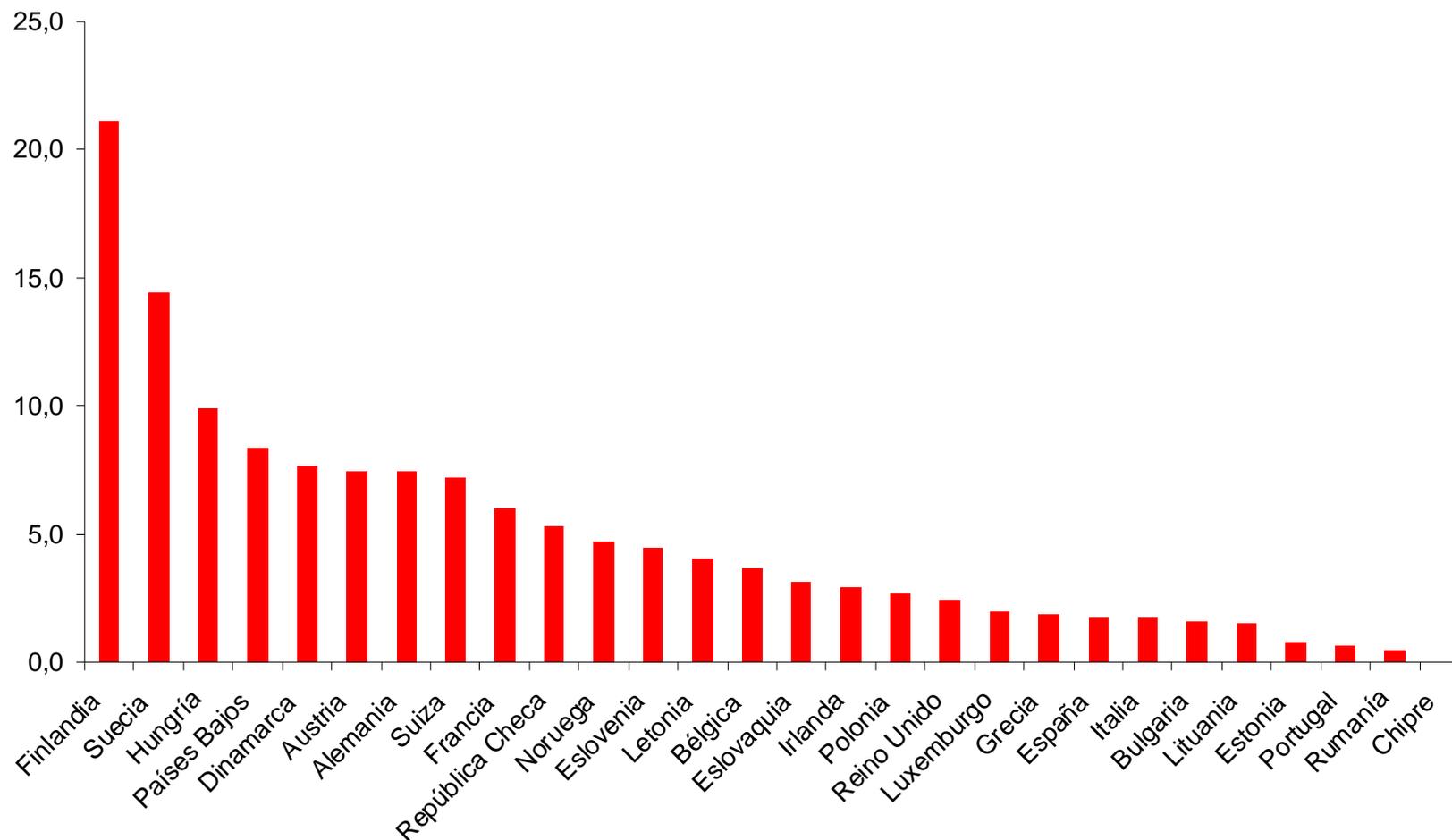
⁹ Bunderministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2007)

GRÁFICO 7 / DISTRIBUCIÓN POR PAÍSES DE LOS VIAJES TOTALES DE CICLOTURISMO QUE SE REALIZAN EN LA UNIÓN EUROPEA, NORUEGA Y SUIZA



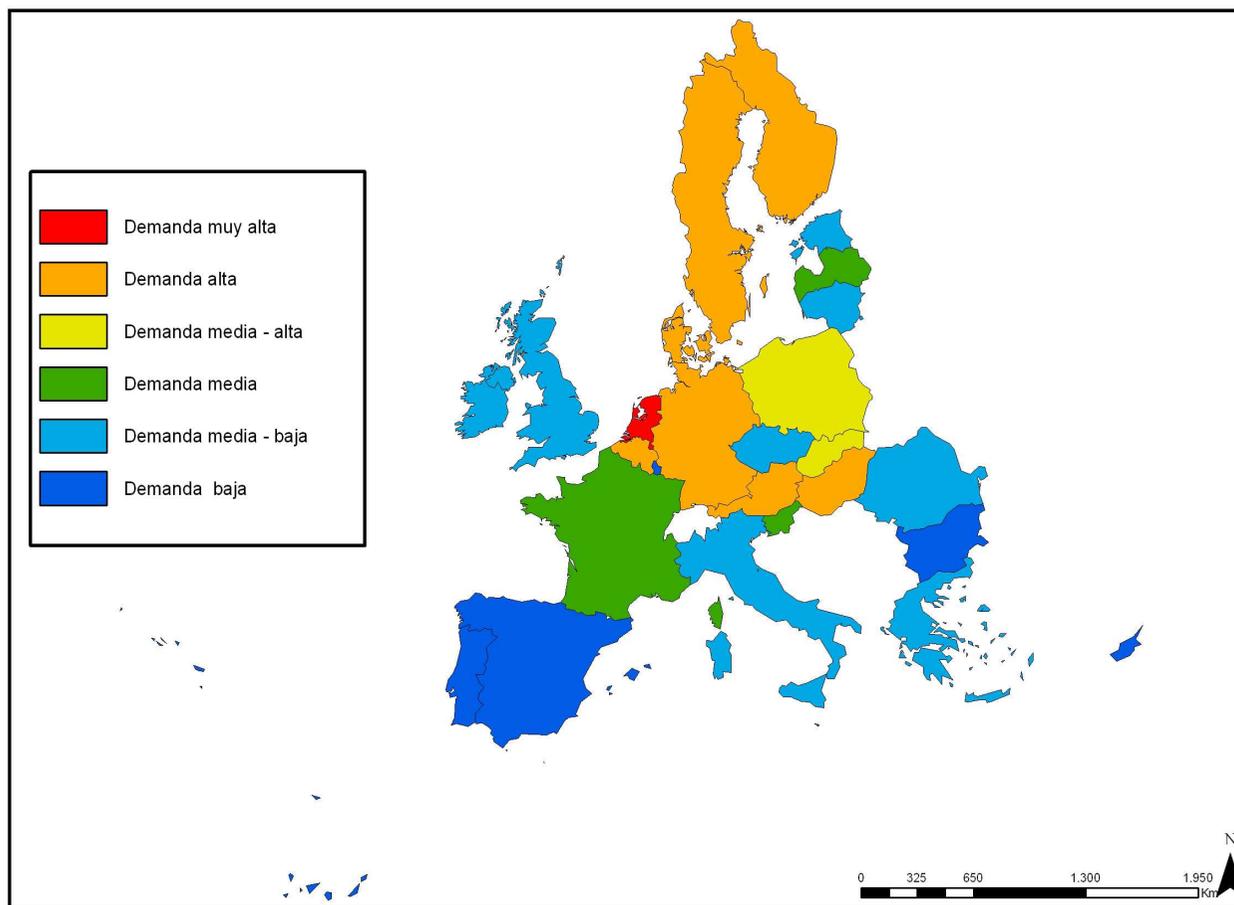
Fuente: Elaboración propia a partir de European Parliament's Committee on Transport and Tourism (2012)

GRÁFICO 8 / NÚMERO DE VIAJES TOTALES DE CICLOTURISMO POR HABITANTE EN PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA, NORUEGA Y SUIZA



Fuente: Elaboración propia a partir de European Parliament's Committee on Transport and Tourism (2012)

MAPA 2 / DEMANDA DE CICLOTURISMO EN LOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA



Demanda calificada en función del porcentaje de población que utiliza la bicicleta como principal medio de transporte y por juicio experto respecto al porcentaje del total de las vacaciones en las que se practica el ciclismo

Fuente: Elaboración propia a partir de European Parliament's Committee on Transport and Tourism (2012)

2.2.1.3 El impacto económico del senderismo y del cicloturismo a nivel internacional

Por impacto económico de los senderos señalizados se entiende el efecto generado por los usuarios de los mismos sobre la actividad económica, generalmente de las zonas por donde discurren pero que también puede extenderse a ámbitos más lejanos. Existen distintos tipos de impacto económico:

- ✚ **Impacto económico directo.** Variación de la producción y/o del empleo de aquellos sectores implicados directamente (en este caso, hostelería, combustible o transporte público, por ejemplo). Es el resultado del gasto en el que incurren los usuarios por disfrutar de los senderos.
- ✚ **Impacto económico indirecto.** Variación de la producción y/o del empleo de aquellos sectores que suministran bienes y servicios a los sectores implicados directamente. Se obtiene de la incorporación del impacto económico directo a los Modelos *Input-Output*, en los que se esquematizan las relaciones intra e intersectoriales de una economía.
- ✚ **Impacto económico inducido.** Variación de la producción y/o del empleo derivada del consumo de bienes y servicios que realizan los empleados de los sectores implicados de forma directa o indirecta. Se suele extraer de forma conjunta al impacto económico indirecto (se suele denominar impacto económico indirecto e inducido), también a través de los Modelos *Input-Output*.

La revisión de una treintena de estudios de ámbito internacional sobre el impacto económico de los senderos señalizados (ver listado en referencias bibliográficas) permite obtener algunas conclusiones:

- ✚ La literatura muestra dos tipos de estudios:
 - *Estudios basados en fuentes primarias.* Estimación del impacto económico a partir de la obtención de datos propios (aforo de usuarios y encuestas, básicamente).
 - *Estudios basados en fuentes secundarias.* Estimación del impacto económico a partir de estadísticas sobre movimientos y gasto turísticos o de estudios similares.
- ✚ Si bien no todos los estudios estiman el impacto económico indirecto e inducido, son numerosos los estudios que proceden a su cálculo.
- ✚ El impacto económico directo es variable en función del perfil de usuario (usuario local vs. usuario turista, realización de pernocta o no, etc.).
- ✚ El gasto medio más común entre los estudios consultados está comprendido entre los 10 y los 20 €₂₀₁₄/visita.

- ✦ Para garantizar la comparabilidad de los resultados obtenidos por los distintos estudios consultados, se ha procedido a la estimación de dos indicadores relativos:
 - Impacto económico generado por cada 1.000 usuarios (€_{2014}).
 - Número de usuarios necesarios para generar 1.000 €_{2014} .
- ✦ Estos indicadores relativos únicamente han podido obtenerse para un número limitado de los estudios consultados (ver “N” en Gráficos 9 y 10): aquellos que proporcionaban datos sobre impacto económico (directo o indirecto) y número de visitas. El número de estudios que han permitido el cálculo de estos indicadores relativos es bajo (11 para impacto económico directo y 9 para impacto económico indirecto), por lo que los resultados obtenidos han de analizarse con prudencia.
- ✦ Los Gráficos 9 y 10 muestran a través de diagramas de cajas y bigotes los descriptores estadísticos básicos fruto del análisis de estos 11 y 9 estudios que han permitido el cálculo de indicadores relativos de impacto económico. Los diagramas de cajas y bigotes informan de una forma muy visual de las características de los datos consultados:
 - Cuanto mayor es el área de la caja, mayor dispersión de los resultados.
 - La proximidad de la media y de la mediana indican la normalidad de la variable (su proximidad a una distribución normal).
 - Cuando la mediana se encuentra ubicada en el centro de la caja, la variable estudiada tiene una distribución simétrica.
 - Cuanto mayor sea la longitud de los bigotes, mayor dispersión existe en el conjunto de datos; la presencia de datos atípicos también informa sobre esta dispersión.
- ✦ El **impacto económico directo** de los caminos supera los 25.000 €_{2014} por cada mil usuarios. Son necesarios entre 50 y 60 usuarios para generar un impacto económico directo de 1.000 €_{2014} .
 - El impacto económico directo es ligeramente superior entre los estudios basados en fuentes secundarias.
 - Los estudios basados sobre fuentes primarias arrojan mayor variabilidad de resultados relativos a impacto económico directo.
- ✦ El **impacto económico indirecto** de los senderos señalizados ronda los 12.000-15.000 €_{2014} por cada mil usuarios, siendo necesarios entre 80 y 90 usuarios para generar un impacto económico indirecto de 1.000 €_{2014} :
 - El impacto económico indirecto e inducido es significativamente menor que el impacto económico directo (ver Gráficos 9 y 10).

- El impacto económico indirecto es algo menor en los estudios basados en fuentes secundarias.
- El impacto económico indirecto e inducido ofrece resultados más variables, como resultado de la necesaria utilización de los Modelos *Input-Output* para su estimación (presencia de datos atípicos más alejados en los diagramas).

El Parlamento Europeo, en su estudio sobre el cicloturismo y EuroVelo, estimó que esta actividad generaba en los países de la Unión Europea, Noruega y Suiza un impacto de 45.200 M€₂₀₁₄, de los cuales algo menos de 1.700 M€₂₀₁₄ se correspondían al cicloturismo en España.

Este impacto económico fue calculado aplicando a los millones de visitas de cicloturismo estimadas (2.275 millones de visitas de día y 20,36 millones de viajes con pernocta) un coste medio de 15,84 €₂₀₁₄/visita de día y de 451,83 €₂₀₁₄/viaje con pernocta (58,68 €₂₀₁₄/día de pernocta, con una duración media del viaje de 7,7 días).

Gran parte de los estudios consultados relativos a impacto económico de los senderos hacen referencia a un camino o a unos pocos; no se han encontrado muchos estudios que hagan referencia al impacto económico generado por estas infraestructuras a nivel de país completo.

Una de estas excepciones es el Reino Unido, que dispone de estadísticas en las que no sólo se informa del número de viajes de ocio en los que se realiza la práctica del senderismo (o de cortos paseos) sino que se informa del gasto en el que incurren los turistas por ello y, de esta forma, del impacto económico generado por el senderismo. La Tabla 2 muestra estas estadísticas para los años 2012 y 2013, las más recientes publicadas; varios de los estudios consultados construyen sus respectivas estimaciones a partir de estas estadísticas¹⁰.

En todo caso, no sería correcto atribuir todo el gasto a las actividades recogidas en la Tabla 2 (paseo o senderismo): en estas estadísticas no se informa de si la práctica de esta actividad es el principal motivo del viaje, esto es, si en un viaje de varios días únicamente un día es dedicado al senderismo, en la Tabla 2 aparecerá como una visita de varios días en la que se ha practicado el senderismo, pero no se indicará que únicamente un día se dedicó a dicha actividad. En cualquier caso, sí puede confirmarse que el paseo y/o el senderismo generan actividad económica.

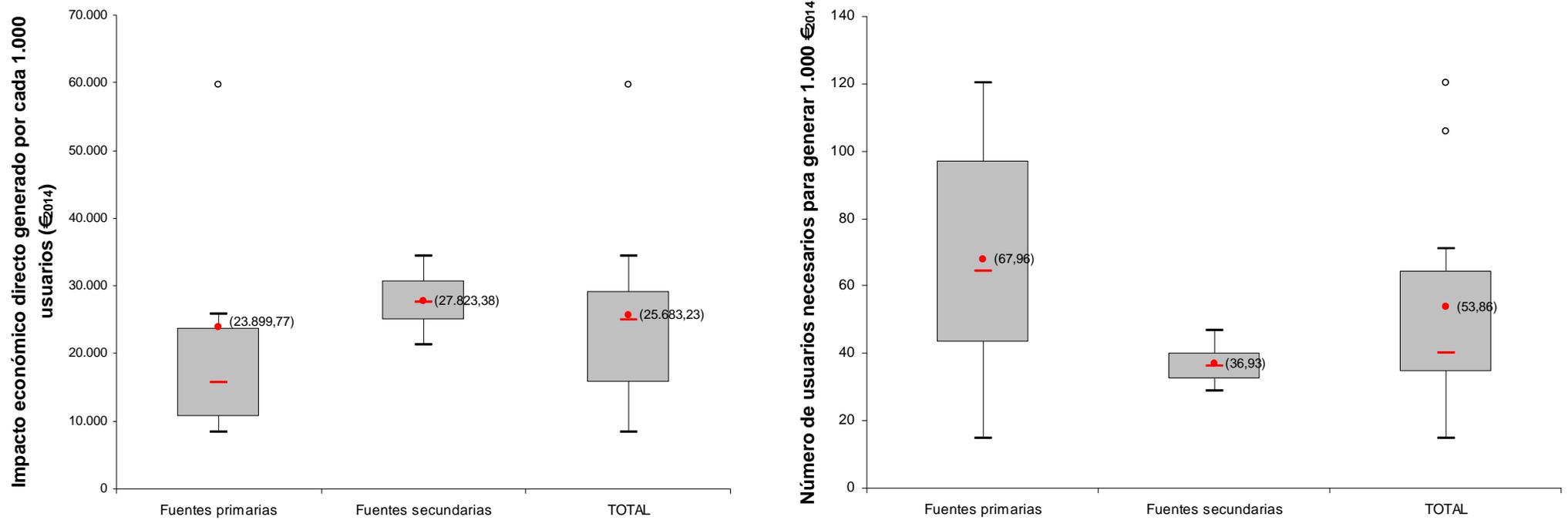
También existen datos sobre impacto económico relativos al conjunto de Irlanda, que ascienden a 618 M€₂₀₁₄ (362 M€₂₀₁₄ de los residentes irlandeses y 257 M€₂₀₁₄ de los turistas extranjeros) según la *Irish Trail Strategy*¹¹. Otro estudio relativo a Irlanda estima un impacto económico directo de 546 M€₂₀₁₄¹², algo menor al expuesto anteriormente pero en similar orden de magnitud.

¹⁰ Midmore (2000), Christie y Matthews (2003) y Bryan *et al.* (2011)

¹¹ <http://atfiles.org/files/pdf/Irish-Trails-Strategy.pdf>

¹² Coillte y Irish Sports Council (2005)

GRÁFICO 9 / GRÁFICO DE CAJAS Y BIGOTES DE LOS RESULTADOS DE LOS ESTUDIOS CONSULTADOS SOBRE IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO DE LOS CAMINOS



- Mediana
- Media. Valor entre paréntesis
- Dato atípico

Fuentes primarias: N = 6
 Fuentes secundarias: N = 5
 TOTAL : N = 11

Fuente: Elaboración propia a partir de distintos estudios consultados (consultar referencias bibliográficas)

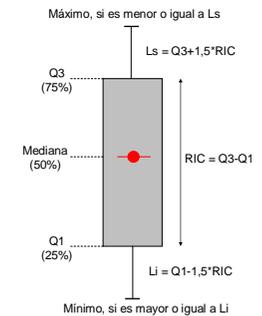
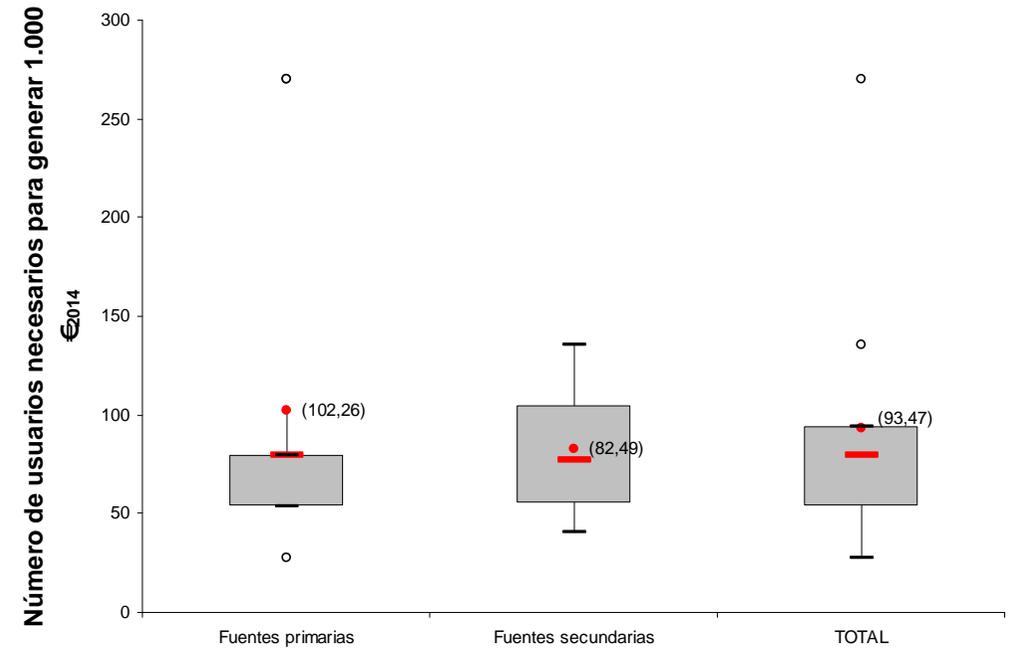
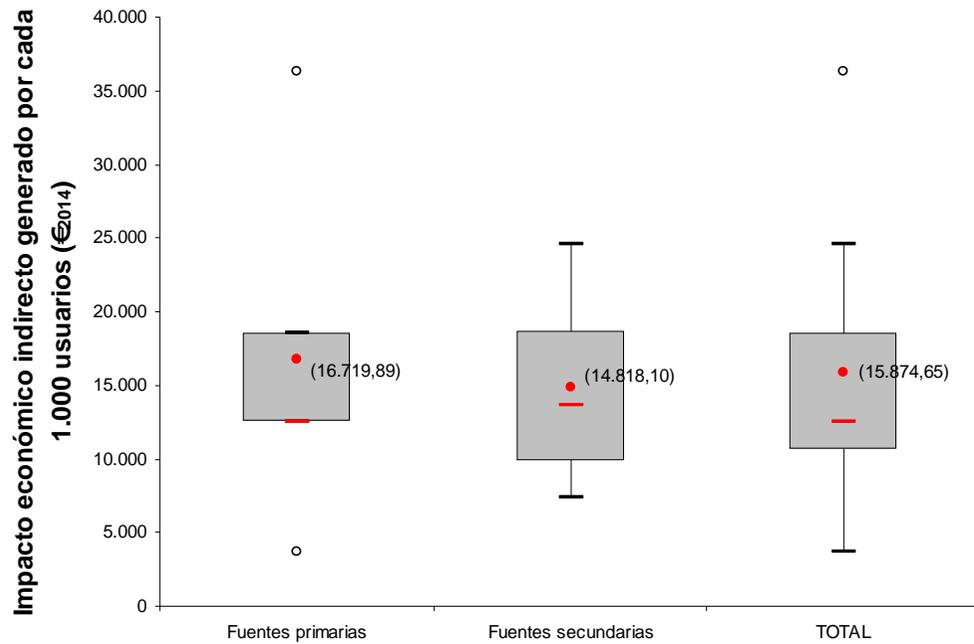


GRÁFICO 10 / GRÁFICO DE CAJAS Y BIGOTES DE LOS RESULTADOS DE LOS ESTUDIOS CONSULTADOS SOBRE IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO DE LOS CAMINOS



- Mediana
- Media. Valor entre paréntesis
- Dato atípico

Fuentes primarias: N = 5
 Fuentes secundarias: N = 4
 TOTAL : N = 9

Fuente: Elaboración propia a partir de distintos estudios consultados (consultar referencias bibliográficas)

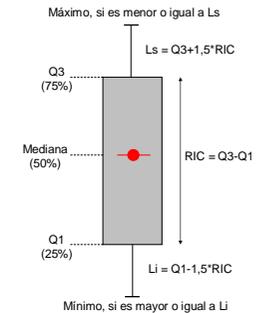
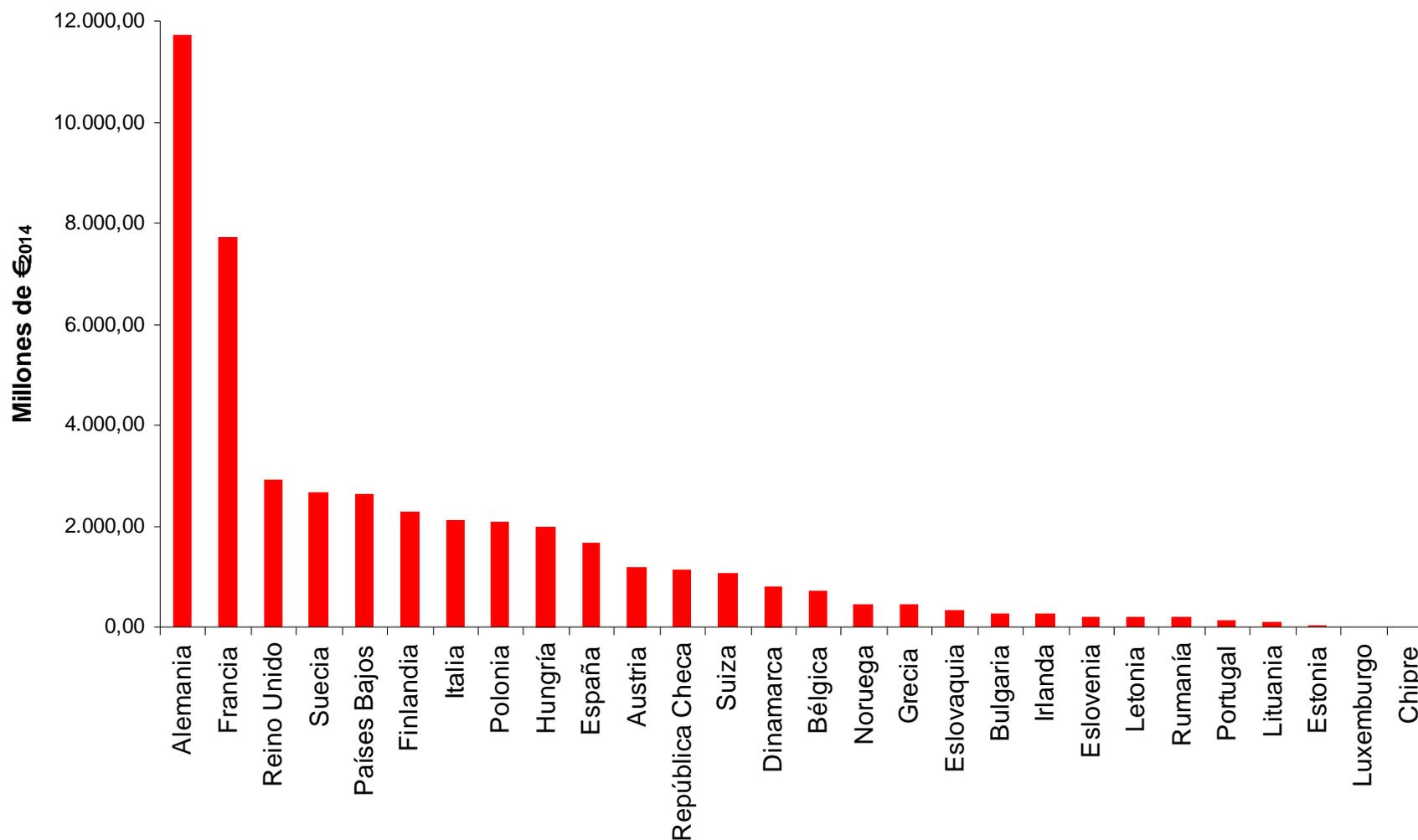


GRÁFICO 11 / IMPACTO ECONÓMICO DEL CICLOTURISMO EN LA UNIÓN EUROPEA, NORUEGA Y SUIZA



Fuente: Elaboración propia a partir de European Parliament's Committee on Transport and Tourism (2012)

TABLA 2 / VIAJES DE OCIO DE MÁS DE UN DÍA O DE UN SOLO DÍA EN GRAN BRETAÑA Y SUS NACIONES EN LOS QUE, ENTRE OTRAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL VIAJE, SE PRACTICA SENDERISMO O SE PASEA

Nación	Actividad	Viajes de ocio (más de un día) ¹				Viajes de un día ²		
		Número de viajes (millones)	Número de noches (millones)	Gasto (M€ ₂₀₁₄ /año)	€ ₂₀₁₄ /noche	Número de visitas (millones)	Gasto (M€ ₂₀₁₄ /año)	€ ₂₀₁₄ /visita
Inglaterra	Paseo	10,78	47,1	3.643	77,34	55	2.258	41,05
	Senderismo	7,85	36,0	2.800	77,79	73	2.318	31,75
Escocia	Paseo	1,30	5,6	545	97,27	6	191	31,83
	Senderismo	1,18	6,2	527	85,01	8	345	43,13
Gales	Paseo	1,61	8,8	373	42,41	5	190	38,00
	Senderismo	1,28	7,3	330	45,25	7	212	30,29
Gran Bretaña	Paseo	13,53	61,5	4.561	74,16	65	2.645	40,69
	Senderismo	10,22	49,5	3.658	73,89	89	2.876	32,31

Paseo: hasta 2 millas o una hora.

Senderismo: a partir de 2 millas o una hora.

Fuente: ¹ Great Britain Tourism Survey (GBTS) 2012

² The GB Day Visitor 2013

2.2.2 Senderos señalizados en España y actividades que se practican en ellos

2.2.2.1 Senderos señalizados en España

El informe *Estudio de situación de los Caminos Naturales e Itinerarios no Motorizados en España*¹³, editado en 2011 por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, realiza un recorrido exhaustivo por los distintos tipos de senderos señalizados existentes en nuestro país; a continuación se recopilan los datos más relevantes de algunos de estos senderos señalizados.

2.2.2.1.1 Programa de Caminos Naturales

Las infraestructuras que forman parte del Programa de Caminos Naturales se consideran uno de los tipos de senderos señalizados existentes en España. Como se ha recogido en páginas anteriores (ver capítulo 1 del presente informe), hay un total de 109 itinerarios, que se extienden por más de 8.700 kilómetros de senderos habilitados para su uso turístico y deportivo por parte de la población.



2.2.2.1.2 Programa Vías Verdes

El Programa Vías Verdes del entonces Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente (MOPTMA), algunas de cuyas atribuciones se encuentran asignadas actualmente al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, se inició en el año 1993 mediante el encargo a la Fundación de los Ferrocarriles Españoles de la coordinación de las iniciativas de reutilización de antiguos trazados ferroviarios en desuso para la creación de Vías Verdes.

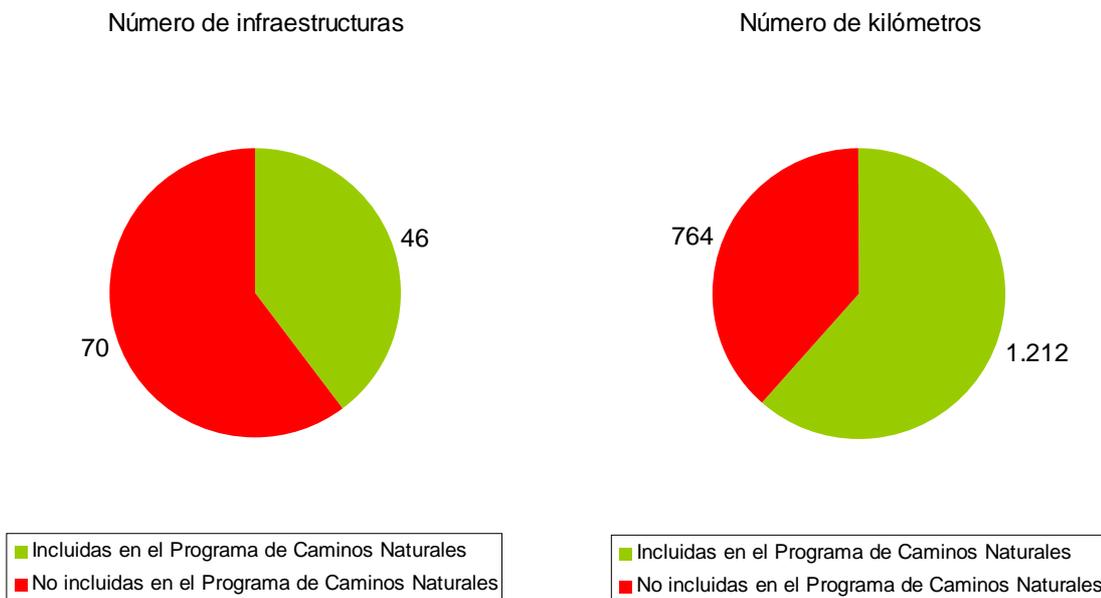
El término Vía Verde es una marca registrada por la Fundación de los Ferrocarriles Españoles cuyo uso está restringido a los itinerarios que discurren sobre antiguas infraestructuras ferroviarias.



En el año 2013, existían más de 100 Vías Verdes que se extendían por casi 2.000 kilómetros, algunas de las cuales se encuentran integradas además en el Programa de Caminos Naturales (Caminos Naturales construidos sobre plataformas de ferrocarril) (ver Gráfico 12).

¹³http://www.magrama.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/caminos-naturales/Situaci%C3%B3n_Caminos_Naturales_e_Itinerarios_no_Motorizados_en_Espa%C3%B1a_1a_tcm7-170627.pdf

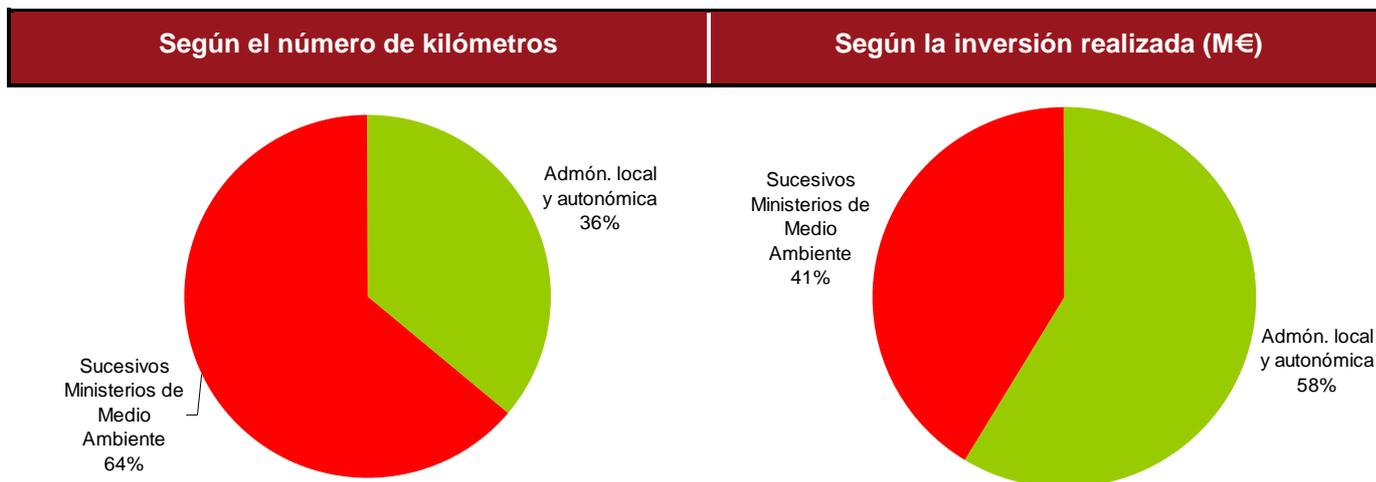
GRÁFICO 12 / LAS VÍAS VERDES FUERA Y DENTRO DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



Fuente: Elaboración propia

La extensión de la red de Vías Verdes se ha conseguido mediante la inversión realizada por los sucesivos Ministerios de Medio Ambiente —que actuaron como líderes en la construcción de estas infraestructuras— y por las distintas Administraciones locales y autonómicas —que comprendieron el papel que estos itinerarios pueden tener en el desarrollo local—.

GRÁFICO 13 / PROCEDENCIA DE LA INVERSIÓN EN VÍAS VERDES



Fuente: Fundación de las Ferrocarriles Españoles. 2014

Los objetivos del Programa Vías Verdes son similares a los del Programa de Caminos Naturales: la recuperación de antiguas vías de comunicación (en este caso, antiguos trazados ferroviarios) para el uso turístico y deportivo. Las características del trazado de las Vías Verdes permiten su uso por parte de ciclistas y de personas con movilidad reducida.

El concepto de Vía Verde se extiende más allá de nuestras fronteras. Existe la Asociación Europea de Vías Verdes, con sede en Madrid, que cuenta en la actualidad con 26 miembros de 8 países. La recuperación de antiguos trazados ferroviarios con fines turísticos y deportivos es una práctica extendida a ámbitos territoriales distintos al europeo (Estados Unidos, Australia, etc.).

2.2.2.1.3 Senderos señalizados y homologados

Como respuesta al incremento del fenómeno del excursionismo desde finales del siglo XIX, aparecen en las regiones más desarrolladas y urbanizadas de España las sociedades excursionistas (Centro Excursionista de Cataluña, Sociedad Peñalara, Sociedad Turismo del Alto Aragón). Sin embargo, no es hasta el último cuarto del siglo XX, en concreto, hasta el año 1972 cuando la Federación Española de Montañismo (ahora FEDME) comenzó —desde entonces de una forma continua— la señalización de rutas pedestres, encargando a la Federación Catalana la edición de un folleto de señalización de caminos de montaña a respuesta de una misiva del Comité de Senderos de *Gran Randonnée* de Francia.

Desde el último cuarto del siglo XX hasta nuestros días, la práctica del senderismo y la señalización de senderos ha cambiado desde considerarse una actividad de poca importancia y practicada únicamente por montañeros (trazados de alta montaña) hasta la incorporación masiva de la sociedad española a esta práctica deportiva, interviniendo nuevos agentes en la señalización de caminos y creándose un tejido empresarial que empieza a actuar en el sector.

España cuenta con una red de 60.000 kilómetros de senderos marcados con las señales de GR® (Gran Recorrido), PR® (Pequeño Recorrido) y SL® (Sendero Local)¹⁴, de los cuales alrededor de 31.000 kilómetros son Grandes Rutas.

El sendero homologado es una instalación deportiva que se desarrolla preferentemente en el medio natural y sobre viales tradicionales y que se encuentra homologado por la Federación Autonómica y/o territorial correspondiente. El Cuadro 1 resume las principales características de este tipo de senderos.

Existe una red europea de senderos, que no generan ninguna señal especial y discurren obligatoriamente por senderos de cualquier rango ya existentes. Su rotulación es la letra mayúscula E seguida de un guión y un número, asignado por la Asociación Europea de Senderismo. Algunos de ellos transitan por territorio español, como los E-3, E-4, E-7, E-9 y E-12.

¹⁴Nasarre (2012)

CUADRO 1 / PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS SENDEROS SEÑALIZADOS Y HOMOLOGADOS

Denominación	Características	Competencia en la numeración
GR Sendero de Gran Recorrido	Realizable en más de una jornada y longitud mayor de 50 km	GR Interautonómicos: FEDME GR Autonómicos: FF.AA.
PR Sendero de Pequeño Recorrido	Realizable en una jornada y longitud menor de 50 km	Federaciones Autonómicas
SL Sendero Local	Dificultad baja y longitud menor de 10 km	Federaciones Autonómicas
Variante	Parte y llega a un mismo sendero homologado	Interautonómicos: FEDME Autonómicos: FF.AA.
Enlace	Une dos senderos homologados	Federaciones Autonómicas
Enlace internacional	Une senderos españoles y foráneos	FEDME
Derivación	Une un sendero homologado con un punto de interés próximo	Federaciones Autonómicas
E Sendero Internacional	Transita por 3 o más Estados	Asociación Europea Senderismo

Fuente: Estudio de situación de los Caminos Naturales e Itinerarios no Motorizados en España. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

2.2.2.1.4 EuroVelo en España

EuroVelo es un proyecto de la Federación de Ciclistas Europeos (ECF) para el desarrollo de una red de rutas de larga distancia para cicloturistas. Actualmente, la red prevé una extensión de unos 78.000 kilómetros en toda Europa, de los cuales más de 45.000 ya están en funcionamiento.

Las características que una ruta ha de tener para ser incorporada a esta red son, en líneas generales:

- ✚ Una pendiente inferior al 6% (salvo tramos cortos)
- ✚ Disponer de una anchura suficiente para permitir el paso de al menos dos bicicletas. La mayoría de los caminos libre de tráfico tienen al menos 2 metros de anchura en las áreas rurales y 3 metros en las urbanas, para adaptarse al probable uso del camino.
- ✚ Tráfico motorizado medio inferior a 1.000 vehículos/día o inexistente.
- ✚ Estar pavimentada al menos en el 80% de su longitud.
- ✚ La ruta debe permanecer abierta todo el año.

- ✿ Debe ofrecer avituallamiento cada 30 kilómetros, alojamiento cada 50 y transporte público que acepte bicicletas cada 150.
- ✿ Las grandes rutas EuroVelo deben conectar ciudades de todos los países europeos y pasar por sus centros urbanos.
- ✿ La señalización es común, aunque puede coexistir con la existente en cada país.
- ✿ Se debe contar con Guías de Ruta y mapas específicos, fiables y puestos al día.

El *Estudio de viabilidad y traza de la Red EuroVelo en España*, del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, realiza una revisión de la situación de los trazados EuroVelo en España, gran parte de ellos definidos únicamente en el papel y con dificultades de financiación para su desarrollo.

2.2.2.1.5 Otros tipos de senderos señalizados en España

Existen muchos más tipos de senderos señalizados en España, desde los Caminos de Santiago (32 itinerarios que superan los 11.000 kilómetros de longitud y confluyen en Santiago de Compostela) hasta circuitos permanentes de orientación, pasando por los itinerarios no motorizados que discurren por Espacios Naturales Protegidos o por los Anillos Verdes de ciertas ciudades. En el *Estudio de situación de los Caminos Naturales e Itinerarios no Motorizados en España*¹⁵, elaborado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, puede encontrarse una descripción detallada de estos otros tipos de senderos señalizados.

A modo de inventario, se relacionan a continuación los tipos de senderos señalizados identificados por este documento:

- ✿ Caminos de Santiago.
- ✿ Vías Pecuarias.
- ✿ Sendas Litorales.
- ✿ Itinerarios no motorizados en Espacios Naturales Protegidos.
- ✿ Anillos Verdes.
- ✿ Caminos Fluviales.
- ✿ Itinerarios temáticos de especial relevancia histórica (Camino del Cid, Ruta de Don Quijote y La Vía Augusta).

¹⁵http://www.magrama.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/caminos-naturales/Situación_Caminos_Naturales_e_Itinerarios_no_Motorizados_en_España_tcm7-170627.pdf

- ✿ Itinerarios señalizados para BTT.
- ✿ Rutas Hípicas.
- ✿ Senderos Accesibles.
- ✿ Otras tipologías de actividades recreativas deportivas no motorizadas (rutas de *Nordic Walking*, rutas de *Mushing*, Circuitos permanentes de Orientación y Rutas de travesía).

2.2.2.2 Actividades que se realizan en los senderos señalizados en España: senderismo y cicloturismo en la naturaleza

Las actividades más practicadas por los usuarios de senderos señalizados son el senderismo y el ciclismo, generalmente por ese orden.

La *Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010* informa sobre la práctica de estas actividades en nuestro país. Con apenas el 3,5% de la población española que manifiesta que practica el senderismo, es decir, 1,6 millones de personas, España es uno de los países en los que esta actividad se practica por un menor número de personas (ver también Gráfico 6).

Por su parte, la práctica del ciclismo recreativo está mucho más extendida en nuestro país que el senderismo: casi un 8% de la población española manifiesta que practica el ciclismo recreativo. Sin embargo, una proporción mayoritaria de estos ciclistas realiza la actividad en las carreteras y no en los senderos señalizados; la misma *Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010* indica que el 15,1% de la población española practica deporte en la naturaleza, por lo que el ciclismo recreativo en naturaleza representa un 1,20% de la población del país o unos 562.000 practicantes en España.

Estas estimaciones sobre practicantes de senderismo y de ciclismo recreativo en naturaleza se muestran desagregadas por comunidades autónomas en los Gráficos 14 y 15.

En la práctica del senderismo, destacan por proporción de senderistas sobre población total la Comunidad Foral de Navarra, País Vasco y Aragón. Por su parte, el ciclismo recreativo en naturaleza destaca, aunque siempre con un nivel de práctica menor que el del senderismo, en Cataluña, Castilla – La Mancha, Aragón, Comunidad de Madrid y Cantabria.

La citada encuesta también informa sobre la frecuencia de la práctica de estas actividades (ver también los Gráficos 14 y 15): la frecuencia de la práctica del senderismo varía mucho entre comunidades autónomas, teniendo aquellas comunidades con mayor proporción de senderistas los índices de frecuencia más bajos y viceversa (en Extremadura, con una población senderista inferior al 1% de la población total, el 50% de los mismos indican que lo practican tres o más veces por semana).

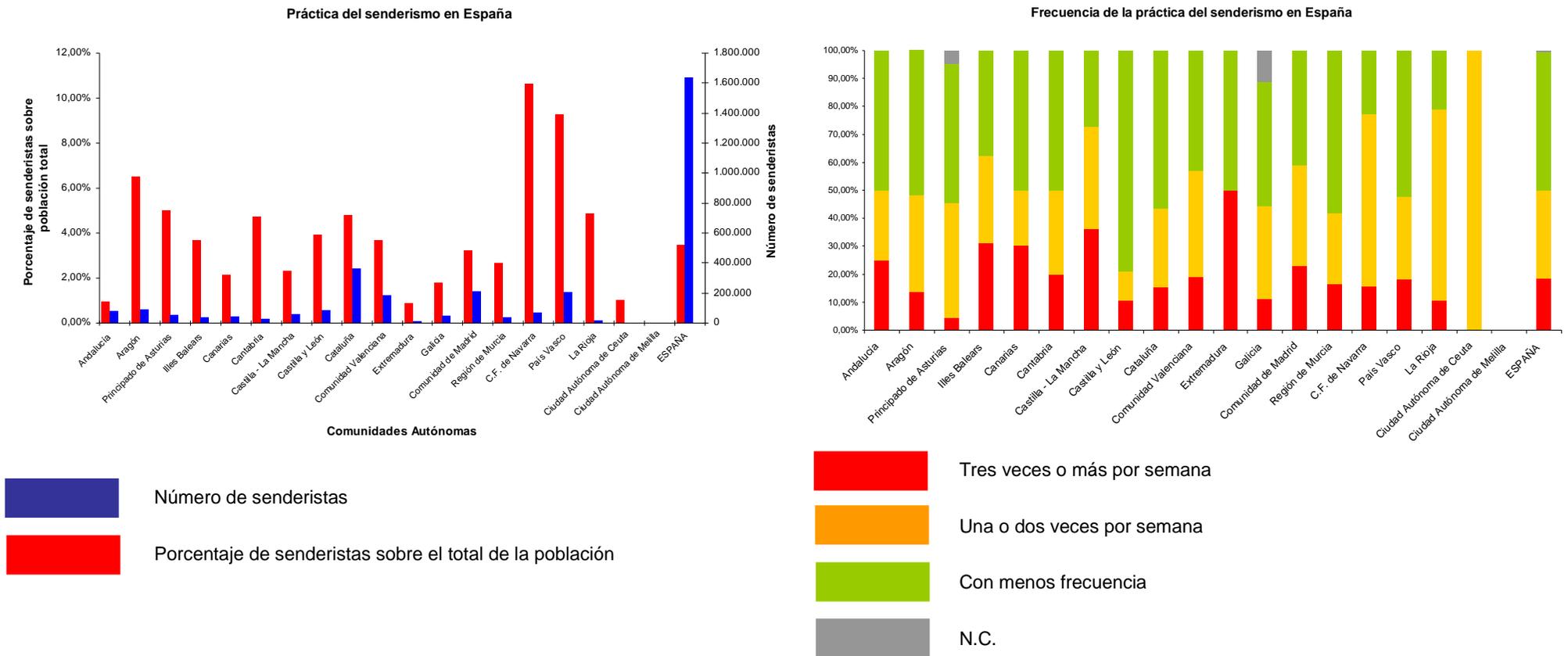


Por su parte, la frecuencia de la práctica del ciclismo recreativo en naturaleza varía entre comunidades autónomas: en ninguna comunidad autónoma el porcentaje de ciclistas recreativos en naturaleza que practica esta actividad tres o más veces por semana es menor al 20%.

Esta descripción de los hábitos deportivos de los españoles respecto al senderismo y al ciclismo recreativo en naturaleza permite también la estimación del número de visitas que se producen en España debido a estas actividades.

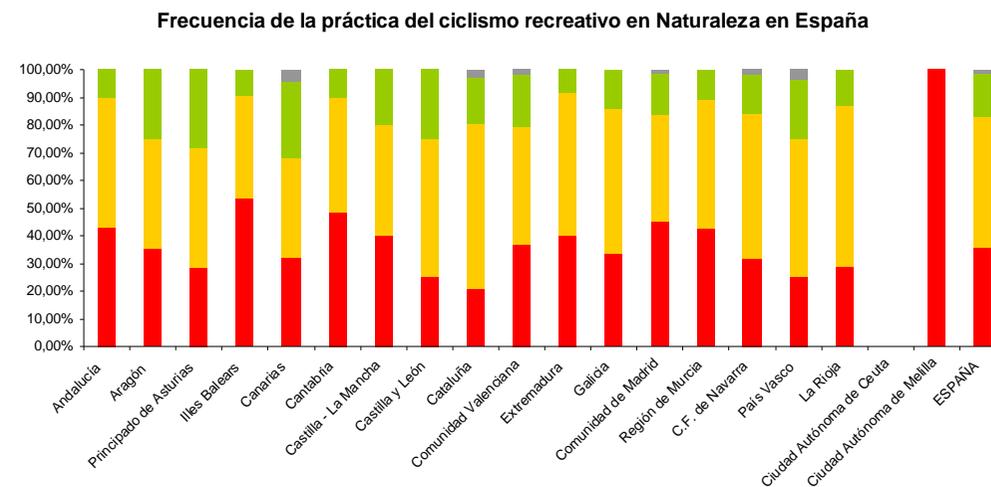
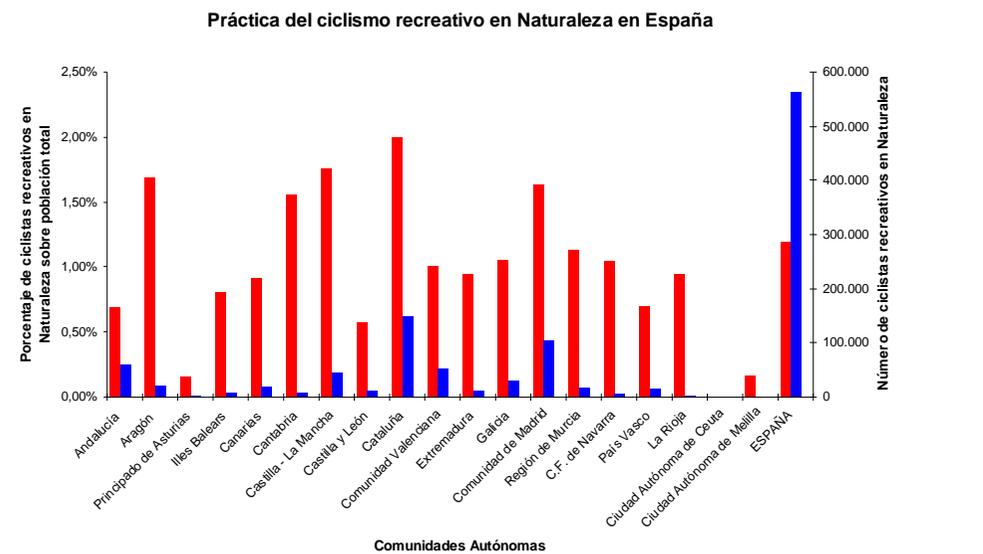
La Tabla 3 muestra la estimación del número de visitas asociadas al senderismo y al ciclismo recreativo en naturaleza a partir de la información proporcionada por la *Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010*.

GRÁFICO 14 / LA PRÁCTICA DEL SENDERISMO EN ESPAÑA



Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010 y del Instituto Nacional de Estadística de España (INE)

GRÁFICO 15 / LA PRÁCTICA DEL CICLISMO RECREATIVO EN NATURALEZA EN ESPAÑA



 Número de ciclistas recreativos en naturaleza
 Porcentaje de ciclistas recreativos en naturaleza sobre el total de la población

 Tres veces o más por semana
 Una o dos veces por semana
 Con menos frecuencia
 N.C.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010 y del Instituto Nacional de Estadística de España (INE)

TABLA 3 / ESTIMACIÓN DEL NÚMERO DE VISITAS PARA LA PRÁCTICA DEL SENDERISMO Y DEL CICLISMO RECREATIVO EN NATURALEZA A PARTIR DE LA INFORMACIÓN SOBRE LA FRECUENCIA DE SU PRÁCTICA EN ESPAÑA

Frecuencia de la práctica de la actividad	Visitas/año por usuario	Porcentaje sobre la población total (%)		Número de personas (millones)		Número de visitas (millones visitas/año)	
		Senderistas	Ciclistas	Senderistas	Ciclistas	Senderistas	Ciclistas
Tres o más veces por semana	182	0,64%	0,43%	0,30	0,20	54,50	36,64
Una o dos veces por semana	78	1,11%	0,56%	0,52	0,26	40,59	20,53
Con menos frecuencia	13	1,72%	0,19%	0,81	0,09	10,49	1,18
No sabe / No contesta	0	0,02%	0,02%	0,01	0,01	0,00	0,00
TOTAL/MEDIA	65	3,48%	1,20%	1,63	0,56	105,57	58,34
No son senderistas o ciclistas	0	96,52%	98,80%	45,39	46,46	0,00	0,00

Fuente: Elaboración propia a partir de la *Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010* y del Instituto Nacional de Estadística de España (INE)

En total, el senderismo y el ciclismo recreativo en naturaleza generan unos 164 millones de visitas al año. El senderismo absorbe casi dos tercios del total (64,41%), mientras que el ciclismo recreativo en naturaleza apenas supera un tercio (35,59%) del mismo.

Estas cifras hacen referencia a la práctica del senderismo y del ciclismo recreativo en naturaleza de la población española, no incluyéndose en las mismas las visitas para la práctica de estas actividades que realizan los turistas extranjeros.



2.3 Metodología para la estimación del impacto económico y social del Programa de Caminos Naturales

La evaluación del impacto económico y social del Programa de Caminos Naturales se ha basado en la realización de encuestas a promotores de las infraestructuras del Programa, complementado con la realización de encuestas a usuarios y la realización de aforos en algunos itinerarios.

2.3.1 Encuestas a promotores del Programa de Caminos Naturales

Como principales conocedores de la infraestructura que gestionan, los promotores de las infraestructuras incluidas en el Programa de Caminos Naturales fueron considerados como una fuente de información ineludible para la evaluación del impacto económico y social del Programa.

Para ello, se diseñó un cuestionario, a cumplimentar por los propios gestores, cuyos principales bloques de respuestas, a modo de resumen, fueron los siguientes:

- ✦ Estudios de demanda: datos de uso (aforos, estacionalidad, etc.) y perfil de los usuarios (locales o turistas, lugar de procedencia, actividad que realizan en el camino, etc.).
- ✦ Oferta turística. Preguntas sobre la infraestructura, los equipamientos y la oferta turística en torno al sendero (alojamiento, restaurantes, empresas de ocio activo, etc.).
- ✦ Actividades de gestión y promoción (acciones realizadas, equipamientos e iniciativas para la gestión, gastos en lo posible, etc.), inversiones, aprovechamiento turístico.
- ✦ Empleo y desarrollo local. Empleo en gestión y mantenimiento, empresas vinculadas con la infraestructura, incidencia sobre la economía local, etc.

Se consultaron, vía correo electrónico o mediante la cumplimentación *on-line* del cuestionario, un total de 111 gestores de infraestructuras incluidas en el Programa, de los cuales contestaron 93 (un porcentaje de respuestas del 84%), correspondientes a 88 infraestructuras del Programa de Caminos Naturales (el 81% de los caminos del Programa de Caminos Naturales).

La tasa de respuesta ha de considerarse adecuada a los objetivos del presente estudio, aun teniendo en cuenta la diferente calidad de las respuestas proporcionadas por los distintos gestores. La calidad de la información disponible por los promotores respecto a la infraestructura que gestionan es muy variable: la madurez del itinerario y la implicación del gestor son variables determinantes de la calidad de las respuestas.

2.3.2 Encuestas a usuarios del Programa de Caminos Naturales

Como complemento a la información proporcionada por los promotores en su respuesta a su cuestionario, el presente estudio procedió a la realización de encuestas a usuarios de las infraestructuras del Programa de Caminos Naturales.

El objetivo de las encuestas era conocer el perfil de los usuarios del Programa. El esquema del cuestionario fue el siguiente:

- ✧ Diferenciación entre usuarios locales (residentes en la zona por donde discurren los itinerarios) o turistas (han de desplazarse significativamente para disfrutar de la infraestructura).
- ✧ Características de los usuarios locales: frecuencia de uso de la infraestructura, tiempo que dedican a su disfrute, existencia de alternativas, gasto en el que incurren.
- ✧ Características de los usuarios turistas: influencia de la infraestructura en la decisión de venir a la zona y gasto en el que incurren (por lugar donde se realiza el gasto y por concepto de gasto), principalmente.
- ✧ Grado de conocimiento y valoración del Programa de Caminos Naturales.

El Cuadro 2 recoge las infraestructuras del Programa muestreadas.

Se realizaron un total de 236 encuestas en 14 itinerarios y etapas de itinerarios que se consideraron como significativas y que permitieron definir el perfil de los usuarios del Programa de Caminos Naturales.



CUADRO 2 / ITINERARIOS Y ETAPAS DE ITINERARIOS MUESTREADAS

Camino Natural / Etapa
Camino Natural del Río Guadiana (Fase II) – Etapas 41, 42, 43 y 44
Camino Natural de la Comarca de Somontano de Barbastro
Camino Natural de La Palma
Camino Natural de la Mirada Circular. F1: Ancares Leoneses de Guímara a Balboa
Camino Natural de La Muga
Camino Natural del Camino del Agua
Camino Natural de San Rosendo I: Tramo de Bande a Celanova y
Camino Natural de San Rosendo II: Tramo de Celanova a Ourense
Camino Natural Camí de Cavalls
Camino Natural del Valle del Lozoya
Camino Natural de El Río Ebro GR-99: Etapa 1: Fontibre – Montes Claros
Camino Natural de El Río Ebro GR-99: Etapas 18, 18.1, 19, 19.1 y 19.2: Sartaguda – Milagro.
Camino Natural de El Río Ebro GR-99: Etapas 31 y 32: Escatrón – Caspe.
Camino Natural de El Río Ebro GR-99: Etapa 42: Amposta – Riumar (Desembocadura).

Fuente: Elaboración propia

2.3.3 Realización de aforos y estimación del número de usuarios del Programa de Caminos Naturales

Una de las variables más difíciles y costosas de conocer respecto al grado de utilización de este tipo de infraestructuras es el número de usuarios o de visitas que soporta. La instalación de contadores automáticos es una práctica muy marginal: apenas el 15% de las infraestructuras estudiadas disponen o han dispuesto en algún momento de estos dispositivos, habiendo proporcionado datos para poco más del 10% por motivos de funcionamiento. Por otra parte, la forma en la que estos dispositivos se colocan en la vía influyen de forma determinante en la estimación del tráfico: un único contador en un itinerario puede dejar a muchos usuarios fuera del conteo.

La alternativa a los contadores automáticos es la realización de aforos manuales, que precisan de muchos recursos para la obtención de resultados precisos (aforos continuos). Ante esta exigencia de recursos, la literatura ha desarrollado distintos métodos para la realización de aforos manuales empleando menos recursos.

El presente estudio realizó una serie de aforos en los mismos itinerarios donde se realizaron las encuestas a usuarios (ver Cuadro 2): para cada camino o etapa se definieron cuatro puntos de muestreo (de tal forma que la distancia entre los puntos contiguos y la fecha de realización del aforo evitara la doble contabilidad de usuarios) en los que se realizaron aforos durante dos

horas. A partir de estos aforos puntuales, se obtuvo una estimación del tráfico anual de cada camino muestreado, siguiendo una metodología similar a la empleada por los estudios de aforo de tráfico rodado.

Posteriormente, los resultados de aforos (ya sean por contadores automáticos o por aforos manuales puntuales) de la muestra de itinerarios fueron extendidos al conjunto de las infraestructuras del Programa de Caminos Naturales, mediante una clasificación basada en tres aspectos que se consideraron que pueden tener mayor influencia en el número de usuarios:

- ✿ **Atractivo turístico del camino o de la etapa.** Aquellos caminos o etapas con mayor potencial de atractivo turístico atraerán a más visitantes o usuarios. Este atractivo turístico se relacionó con la actividad hostelera y de alojamientos de turismo rural de la provincia por la que discurre el camino.
- ✿ **Potencial de uso local.** Aquellos caminos o etapas más largas y/o que atraviesen provincias más pobladas tendrán potencialmente un mayor número de usuarios, pues a lo largo de su recorrido discurrirán por mayor territorio y más poblado y, por ello, más población usuaria (al menos potencialmente) se encontrará en sus proximidades.
- ✿ **Exigencia del trazado del camino.** Aquellas infraestructuras que, por su trazado (principalmente, desniveles y longitud), exijan de cierta forma física al usuario puede que soporten menos tráfico, al limitarse la accesibilidad del mismo por estas condiciones.

El resultado final es una estimación del número de visitas que soportan las infraestructuras incluidas en el Programa. Los datos de aforo disponibles, ya sean automáticos o manuales, sí pueden referirse a los itinerarios para los que se obtuvieron, mientras que la posterior extensión al conjunto de la red tiene sentido únicamente como estimación global.

2.3.4 Impacto económico directo e impacto económico indirecto e inducido del Programa de Caminos Naturales

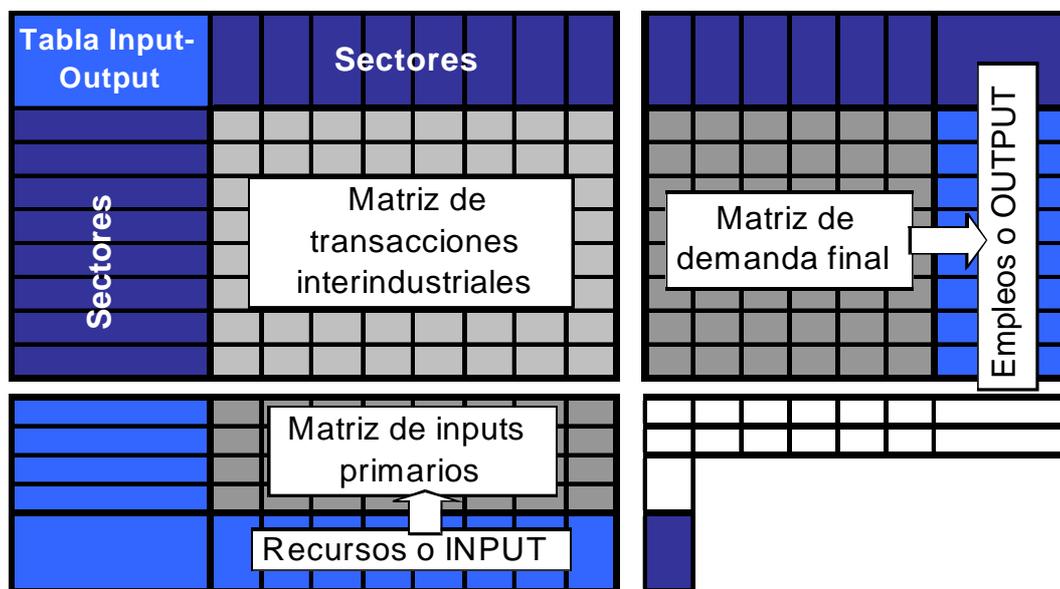
Por impacto económico del Programa de Caminos Naturales se entiende el efecto generado por los usuarios del mismo sobre la actividad económica, generalmente de las zonas por donde discurren pero que también puede extenderse a ámbitos más lejanos. Tal y como se ha recogido en el epígrafe 2.2.1.3 existen distintos tipos de impacto económico: impacto económico directo e impacto económico indirecto e inducido.

El impacto económico directo del Programa ha sido estimado, en el marco del presente estudio, a partir de los datos arrojados por los aforos de usuarios y por las encuestas, tanto a usuarios como a promotores.

El impacto económico indirecto e inducido se estima, sobre la base del impacto económico directo, empleando los Modelos *Input-Output*, una representación esquemática de una economía (en este caso, la española) a partir de la contabilidad de los intercambios de bienes y servicios que se dan entre los distintos sectores económicos.

La Figura 1 muestra el aspecto de una Tabla *Input-Output*, base estadística sobre la que se construyen los Modelos *Input-Output*. Estos Modelos *Input-Output* permiten distribuir el impacto económico directo al conjunto de la economía y estimar, con ello, el impacto económico indirecto e inducido a partir de una estructura matemática (multiplicadores) desarrollada por Leontief¹⁶ y empleada de forma muy extensa en la literatura económica.

FIGURA 1 / MODELO BÁSICO DE UNA TABLA INPUT-OUTPUT



Fuente: Elaboración propia a partir Fernández *et al.* (2013)

Para la estimación del impacto económico indirecto e inducido del Programa de Caminos Naturales se empleó la Tabla *Input-Output* recopilada por Fernández y otros en 2013¹⁷ en el marco de un estudio sobre los costes de la Red Natura 2000: además de la disponibilidad de esta fuente, la desagregación de sectores económicos que realiza resulta también muy útil para el presente estudio.

Sobre las Tablas *Input-Output* de Fernández y colaboradores se desarrollaron dos Modelos *Input-Output*: el Modelo de demanda abierta —adecuado para la estimación del impacto indirecto de una zona concreta, en este caso los municipios por los que discurren los caminos— y el Modelo estándar de Leontief —en este caso, aplicado a los gastos realizados por los usuarios fuera de la zona por donde discurren los caminos—.

Esta diferenciación del gasto según su geografía es posible gracias a la estructura de la encuesta a usuarios del Programa de Caminos Naturales, en la que no sólo se les pregunta por el gasto en el que incurren por disfrutar de las infraestructuras del Programa sino que también por el lugar donde se realiza el gasto.

¹⁶ Leontief (1941, 1966 y 1970)

¹⁷ Fernández *et al.* (2013)



2.4 Resultados: impacto económico y social del Programa de Caminos Naturales

2.4.1 Resultados relativos a usuarios

2.4.1.1 Número de usuarios o número de visitas a los itinerarios del Programa de Caminos Naturales

El conocimiento sobre el grado de utilización de las infraestructuras del Programa de Caminos Naturales es muy escaso: el uso de contadores automáticos es minoritario y la realización de aforos manuales exige de muchos recursos.

No obstante, la estimación del impacto económico del Programa precisa de una cifra respecto al número de usuarios que disfruta de los itinerarios. El número de visitas al cabo de un año que soportan las infraestructuras adscritas a él se estimará a partir de los escasos datos de aforo disponibles; ante el importante grado de incertidumbre que este ejercicio genera, se ha optado por ofrecer un rango de resultados, bajo el criterio de ofrecer siempre cifras conservadoras.

Los 32 datos de aforo disponibles, recopilados en la Tabla 4, podrían clasificarse en tres tipos:

- ✦ **Aforos realizados por contadores automáticos.** Se han proporcionado datos confiables únicamente para ocho (8) infraestructuras.
- ✦ **Aforos a partir de estimaciones de los gestores.** Los gestores de 10 infraestructuras del Programa de Caminos Naturales, especialmente de itinerarios construidos sobre plataformas de ferrocarril, han proporcionado sus estimaciones respecto al grado de utilización de sus itinerarios.
- ✦ **Aforos manuales puntuales.** Se realizaron aforos manuales durante dos horas en cuatro puntos de muestreo distribuidos por cada una de las 14 infraestructuras del Programa de Caminos Naturales escogidas para ello, exclusivamente en infraestructuras no construidas sobre plataformas de ferrocarril.

Una primera estimación tratará estos 32 datos de aforo en su conjunto, sin diferenciar entre Caminos Naturales construidos sobre plataformas de ferrocarril u otros Caminos Naturales. Como se comentó en el apartado de metodología, los itinerarios (Caminos Naturales, etapas de Caminos Naturales y Caminos Naturales construidos sobre plataformas de ferrocarril) han sido clasificados según la potencial afluencia de usuarios que soportan atendiendo a criterios de población de la provincia por donde discurre, potencial turístico y características de su trazado.

TABLA 4 / DATOS DE AFOROS ESTIMADOS U OBTENIDOS MEDIANTE CONTADORES AUTOMÁTICOS

Nombre del itinerario	Clasificación del itinerario	Tipo de aforo	Aforo (visitas/año)
Camino Natural de la Sierra	Itinerario de elevada afluencia potencial	Estimación del gestor	165.000
Camino Natural de la Vía Verde de la Subbética	Itinerario de moderada afluencia potencial	Estimación del gestor	200.000
Camino Natural del Río Guadiana (Fase II) – Etapas 41, 42 y 44	Itinerario de poca afluencia potencial	Aforo manual puntual	7.776
Camino Natural de la Comarca de Somontano de Barbastro	Itinerario de poca afluencia potencial	Aforo manual puntual	16.138
Camino Natural de Villaescusa	Itinerario de elevada afluencia potencial	Estimación del gestor	55.000
Camino Natural de la Sierra de Alcaraz	Itinerario de moderada afluencia potencial	Estimación del gestor	26.500
Camino Natural de la Vía Verde de La Jara	Itinerario de moderada afluencia potencial	Estimación del gestor	60.000
Camino Natural de la Vía Verde de Villacañas a Quintanar de la Orden	Itinerario de moderada afluencia potencial	Estimación del gestor	10.000
Camino Natural de la Mirada Circular. F1: Ancares Leoneses de Guímara a Balboa	Itinerario de moderada afluencia potencial	Aforo manual puntual	15.503
Camino Natural del Río Esla	Itinerario de moderada afluencia potencial	Estimación del gestor	35.000
Camino Natural del Ferro	Itinerario de moderada afluencia potencial	Contador automático	89.076
Camino Natural de El Carrilet I	Itinerario de elevada afluencia potencial	Contador automático	130.776
Camino Natural de El Carrilet II (La Vía del Tren)	Itinerario de moderada afluencia potencial	Contador automático	188.251
Camino Natural de La Muga	Itinerario de moderada afluencia potencial	Aforo manual puntual	127.651

**TABLA 4 / DATOS DE AFOROS ESTIMADOS U OBTENIDOS MEDIANTE CONTADORES AUTOMÁTICOS
(CONTINUACIÓN)**

Nombre del itinerario	Clasificación del itinerario	Tipo de aforo	Aforo (visitas/año)
Camino Natural del Camino del Agua	Itinerario de moderada afluencia potencial	Aforo manual puntual	36.987
Camino Natural del Baix Ebre	Itinerario de moderada afluencia potencial	Contador automático	48.000
Camino Natural de San Rosendo I y II: Tramos de Bande a Celanova y de Celanova a Ourense	Itinerario de muy poca afluencia potencial	Aforo manual puntual	2.212
Camino Natural Camí de Cavalls	Itinerario insular	Aforo manual puntual	32.612
Camino Natural del Río Cidacos	Itinerario de poca afluencia potencial	Contador automático	78.313
Camino Natural del Valle del Lozoya	Itinerario de elevada afluencia potencial	Aforo manual puntual	83.934
Camino Natural del Plazaola (tramo Navarra)	Itinerario de elevada afluencia potencial	Contador automático	40.000
Camino Natural del Plazaola (tramo Letizarán)	Itinerario de moderada afluencia potencial	Contador automático	189.542
Camino Natural del Noroeste	Itinerario de elevada afluencia potencial	Contador automático	1.610.032
Camino Natural de Dénia	Itinerario de elevada afluencia potencial	Estimación del gestor	65.000
Camino Natural de Vasco-Navarro	Itinerario de moderada afluencia potencial	Estimación del gestor	155.000
Camino Natural de El Río Ebro GR-99: Etapa 1: Fontibre – Montes Claros	Itinerario de elevada afluencia potencial	Aforo manual puntual	14.881
Camino Natural de El Río Ebro GR-99: Etapas 18, 18.1, 19, 19.1 y 19.2: Sartaguda – Milagro.	Itinerario de moderada afluencia potencial	Aforo manual puntual	4.383

TABLA 4 / DATOS DE AFOROS ESTIMADOS U OBTENIDOS MEDIANTE CONTADORES AUTOMÁTICOS
(CONTINUACIÓN)

Nombre del itinerario	Clasificación del itinerario	Tipo de aforo	Aforo (visitas/año)
Camino Natural de El Río Ebro GR-99:Etapa 13: Haro – Puente de Briñas – San Vicente de la Sonsierra	Itinerario de muy poca afluencia potencial	Aforo manual puntual	9.325
Camino Natural de El Río Ebro GR-99: Etapa 15: Elciego/Eltziego – Oyón/Oion	Itinerario de poca afluencia potencial	Aforo manual puntual	20.854
Camino Natural de El Río Ebro GR-99: Etapas 31 y 32: Escatrón – Caspe.	Itinerario de muy poca afluencia potencial	Aforo manual puntual	9.699
Camino Natural de El Río Ebro GR-99: Etapa 42: Amposta – Riumar (Desembocadura).	Itinerario de moderada afluencia potencial	Aforo manual puntual	364.372

Fuente: Elaboración propia

A partir de la información recogida en la Tabla 4, se obtuvo un aforo medio para cada grupo para extender finalmente este aforo medio al conjunto de itinerarios clasificados como tal. Según esta estimación, el Programa de Caminos Naturales absorbe un total de 31,5 millones de visitas al cabo de un año.

Ante la posibilidad de que existan diferencias, en términos de capacidad de atracción de usuarios, entre Caminos Naturales construidos sobre plataformas de ferrocarril y otros Caminos Naturales, se ha construido una segunda estimación sobre la información recogida en la Tabla 4 pero diferenciando entre ambos tipos de infraestructuras; es decir, se obtuvo un aforo medio según la clasificación de cada itinerario y para cada tipo de infraestructura.

Esta segunda estimación ha empleado los datos de aforos manuales y puntuales realizados en los 14 Caminos Naturales y etapas de Caminos Naturales y los datos de aforos obtenidos mediante contadores automáticos de 7 Caminos Naturales construidos sobre plataformas de ferrocarril. Los resultados de esta segunda estimación se recogen en la Tabla 5.

Los 277 itinerarios que se recogen en la Tabla 5 —Caminos Naturales y etapas de Caminos Naturales— se corresponden con 55 Caminos Naturales y 222 etapas correspondientes a los 8 Caminos Naturales de largo recorrido.

TABLA 5 / ESTIMACIÓN DEL NÚMERO DE VISITAS SOPORTADAS POR EL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES. ESTIMACIÓN DIFERENCIADA ENTRE CAMINOS NATURALES CONSTRUIDOS SOBRE PLATAFORMAS DE FERROCARRIL Y OTROS CAMINOS NATURALES

Tipo de itinerario	Número de itinerarios	Aforo (visitas/año)
Caminos Naturales construidos sobre plataformas de ferrocarril	46	≈11.600.000
Otros Caminos Naturales y etapas de Caminos Naturales	277	≈13.000.000
Programa de Caminos Naturales	323	≈24.600.000

Fuente: Elaboración propia

En definitiva, y a tenor de estos resultados, puede afirmarse que el Programa soporta entre 24,6 y 31,5 millones de visitas al año.

La incertidumbre asociada a estas cifras es inevitable, además de que únicamente tienen significado como estimaciones globales, para el conjunto de las infraestructuras incluidas en el Programa de Caminos Naturales.

Una posible evaluación de estas cifras es contextualizarlas en la panorámica sobre las actividades que se realizan en los senderos señalizados que se ofreció en el epígrafe 2.2.2 del presente informe. Atendiendo a los datos de la *Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010*, el número de visitas relacionadas con el senderismo en España asciende a 105 millones, mientras que el ciclismo recreativo en la naturaleza genera unos 58 millones de vistas.

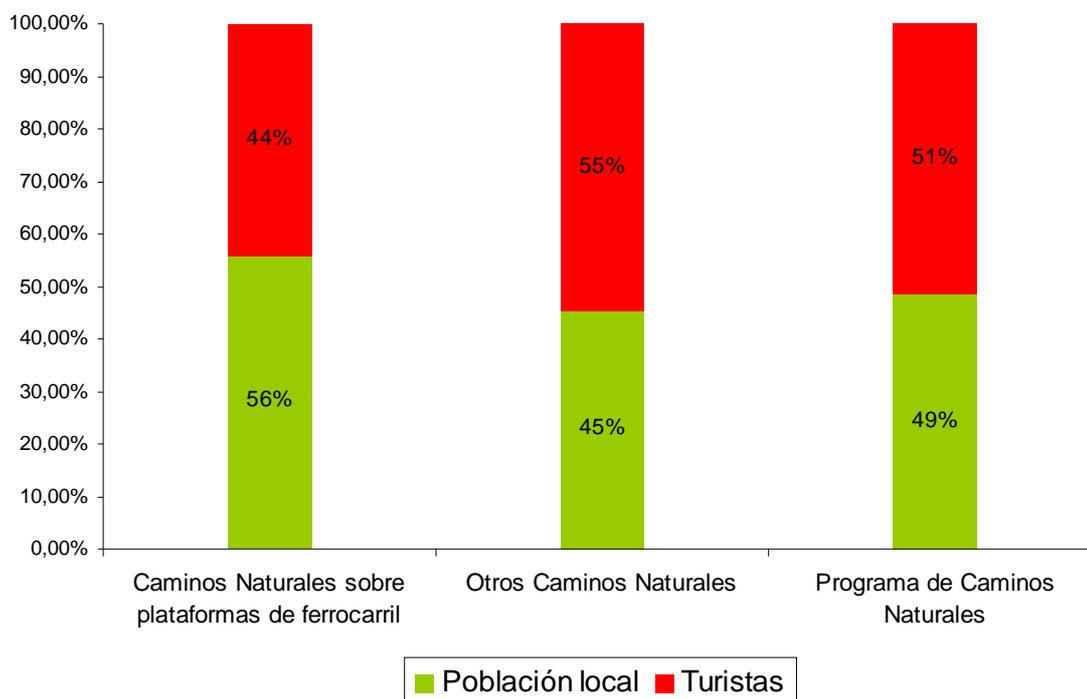
Sobre un total de 164 millones de visitas asociadas al senderismo y al ciclismo recreativo en la naturaleza, los 24,6 millones de visitas suponen un 15% del total, mientras que los 31,5 millones de visitas ascienden a un 19%. En la cifra de 164 millones de visitas no se han tenido en cuenta las generadas por turistas extranjeros, que sí se incluyen en los aforos, por lo que esos porcentajes serán algo menores en la realidad. Por otro lado, estos datos contrastan con que los itinerarios incluidos en el Programa, que superan los 8.700 kilómetros, suponen alrededor del 11% de los 77.000 kilómetros de senderos señalizados que se estima que existen en España.

2.4.1.2 Hábitos y características socioeconómicas de los usuarios del Programa de Caminos Naturales

Las encuestas realizadas a usuarios y a promotores del Programa de Caminos Naturales permiten conocer los hábitos de los usuarios del mismo en el uso de las infraestructuras y sus características socioeconómicas.

Un aspecto relevante en cuanto a la utilización de las infraestructuras del Programa es el tipo de usuarios, esto es, que los usuarios procedan de los municipios por donde discurren los senderos o que se tengan que desplazar para disfrutar de las infraestructuras.

GRÁFICO 16 / TIPO DE USUARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



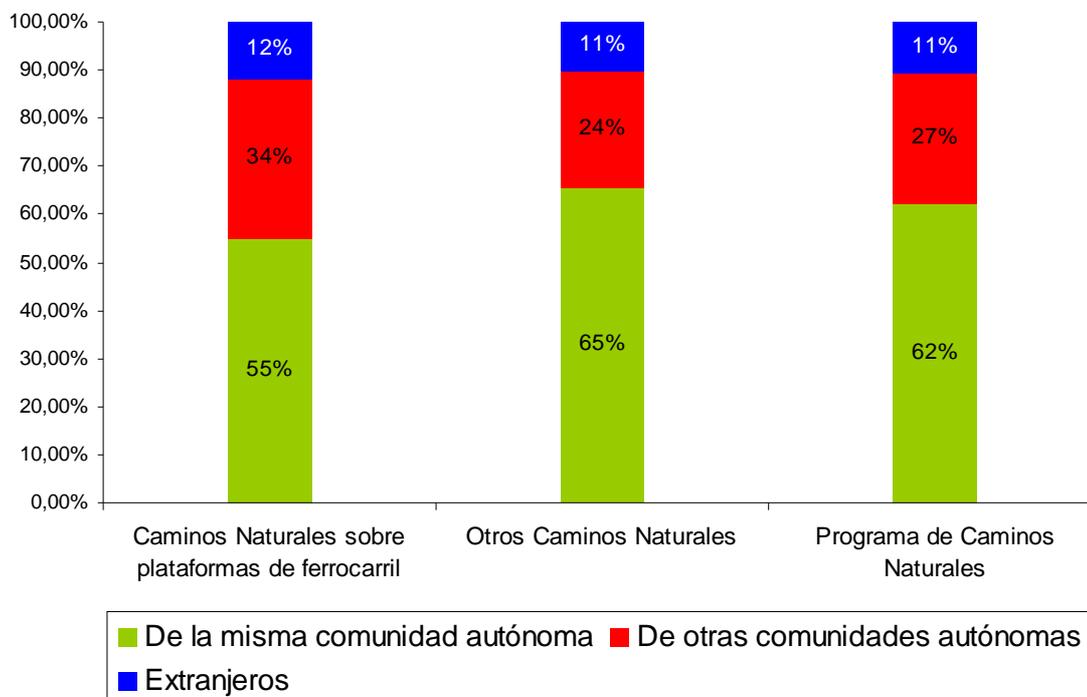
Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

Los datos del Gráfico 16, proporcionados por los promotores de los itinerarios del Programa, informan de una distribución 50/50 entre población local y turista para el conjunto de los itinerarios del Programa. Por otra parte, las encuestas a usuarios proporcionaron un dato algo distinto: 42% de usuarios turistas y 58% de usuarios locales, pero hay que tomarlo con precaución, debido al tamaño de la muestra.

Esta distribución por tipo de usuarios (locales o turistas) es muy variable entre caminos (ver Gráfico 17). Aquellos caminos cuyos usuarios sean predominantemente turistas tendrán mayor potencial de generar actividad económica, mientras que aquellos cuyos usuarios son locales cumplirán una función social y no tanto económica.

El Gráfico 18 muestra el lugar de procedencia de los usuarios del Programa de Caminos Naturales.

GRÁFICO 18 / LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS USUARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES

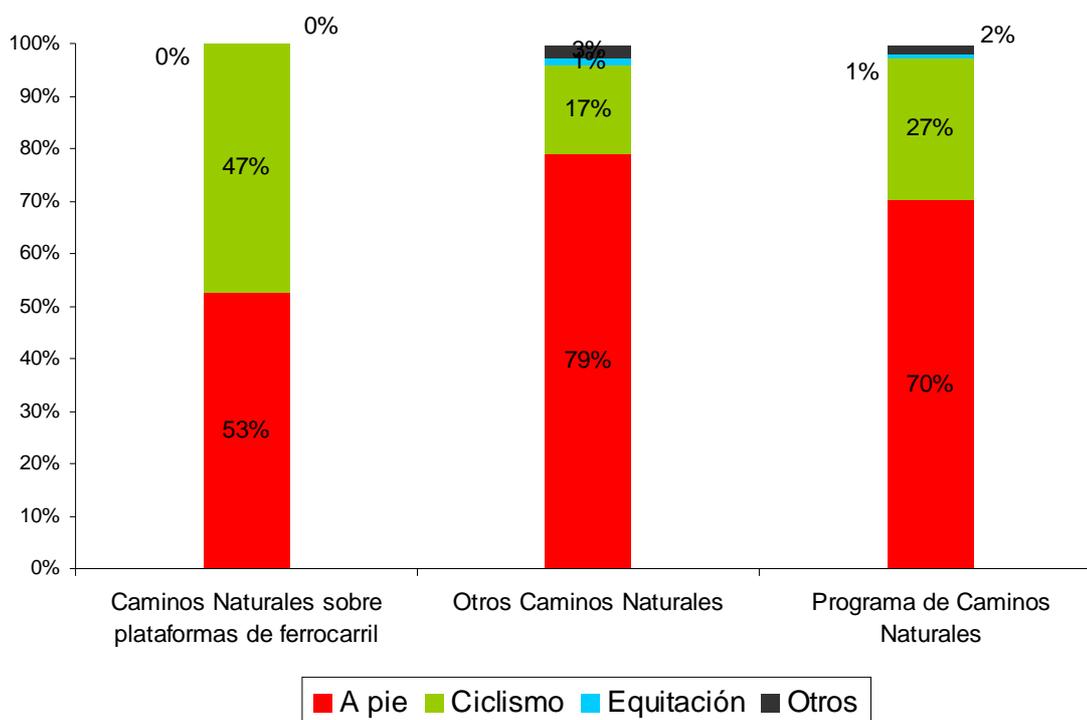


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

Si bien lo más común es que los usuarios de los itinerarios del Programa sean de la propia comunidad autónoma en donde se ubica la infraestructura, la proporción de usuarios procedentes de otras comunidades autónomas en algunos caminos es más que relevante —lo que hace suponer un mayor gasto derivado del disfrute del camino—. Merece una especial mención la importancia que los usuarios procedentes de otros países tienen en los caminos insulares de Islas Baleares y Canarias (ver Gráfico 19), representando un total de más del 10% sobre el conjunto de los usuarios del Programa.

La actividad más común que se practica en los itinerarios del Programa es el desplazamiento a pie, ya sea el paseo, el senderismo o la carrera (ver Gráfico 20). La proporción de usuarios ciclistas es superior, aunque no mayoritaria, en los Caminos Naturales construidos sobre plataformas de ferrocarril, como se corresponde con unos trazados con vocación ciclista.

GRÁFICO 20 / ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS USUARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

Tal y como se recoge en el Gráfico 21, la variación de las actividades que se realizan en cada itinerario puede ser muy variable: desde los Caminos Naturales de la Senda del Oso, de Muñigo – Covadonga, de la Ribera del Acebo o de Montfalcó al Congost de Mont-Rebei, con un 100% de sus usuarios que se desplazan a pie, hasta el Camino Natural de la Vía Verde de la Val de Zafán, donde el porcentaje de ciclistas llega al 95%.

Los Gráficos 22 al 25 permiten una caracterización socioeconómica de los usuarios del Programa de Caminos Naturales; la comparación con las características socioeconómicas del conjunto de la población española permite obtener conclusiones de forma más directa. Las características básicas de estos usuarios podrían resumirse en los siguientes aspectos:

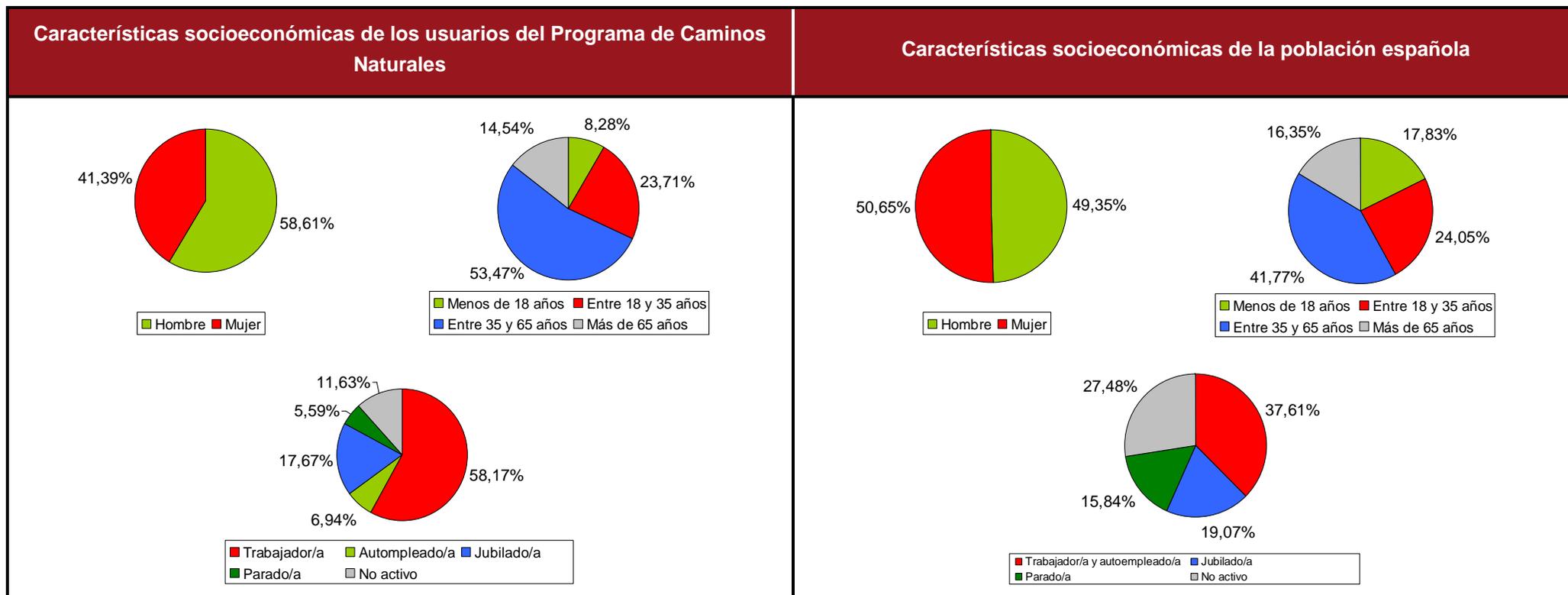
- ✧ El usuario tipo de estos itinerarios es un varón, de entre 35 y 65 años y con empleo.
- ✧ Los usuarios locales son mayoritariamente varones y de mayor edad que los turistas; la proporción de trabajadores entre los usuarios locales sigue siendo mayoritaria, pero adquiere una significatividad importante la proporción de jubilados.
- ✧ Los usuarios turistas son más jóvenes (el porcentaje de personas entre 18 y 35 años es muy significativo) y son mayoritariamente trabajadores por cuenta ajena. La proporción de varones es mayor en este tipo de usuarios pero con menos diferencia respecto al porcentaje de mujeres.

El patrón de utilización de los itinerarios del Programa entre usuarios locales y usuarios turistas también es diferente. Según los datos proporcionados por la encuesta a usuarios:

- ✧ Los usuarios locales disfrutan de los itinerarios diariamente o varias veces por semana, durante varias horas en cada visita. La existencia del itinerario del Programa no influye en el número de veces que disfrutan de este tipo de infraestructuras.
- ✧ Los usuarios turistas disfrutan de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales una media de una vez al mes. Los peatones realizan una distancia media de 8 kilómetros, mientras que los ciclistas casi llegan a los 40 kilómetros por visita.

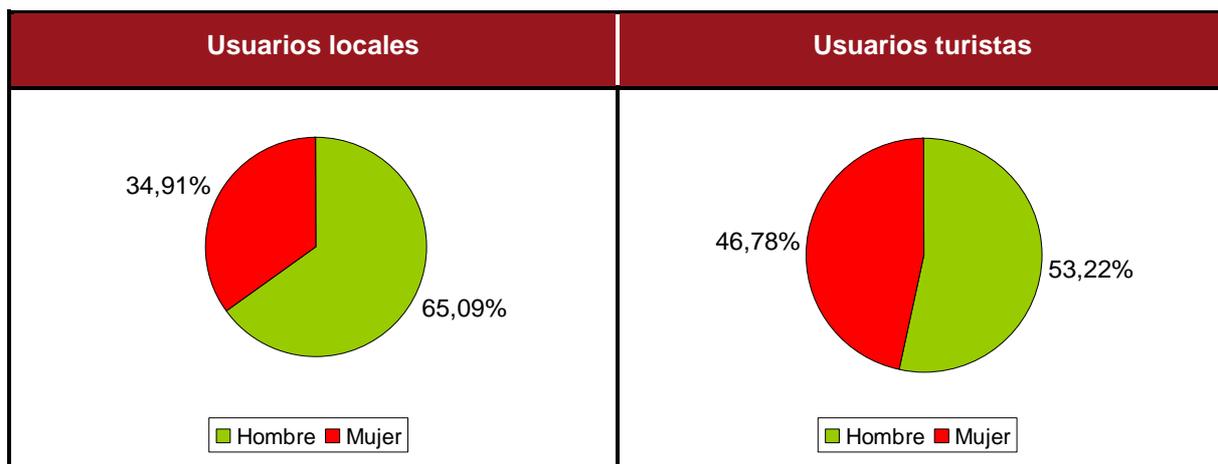


GRÁFICO 22 / CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DE LOS USUARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES VS. CONJUNTO DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA



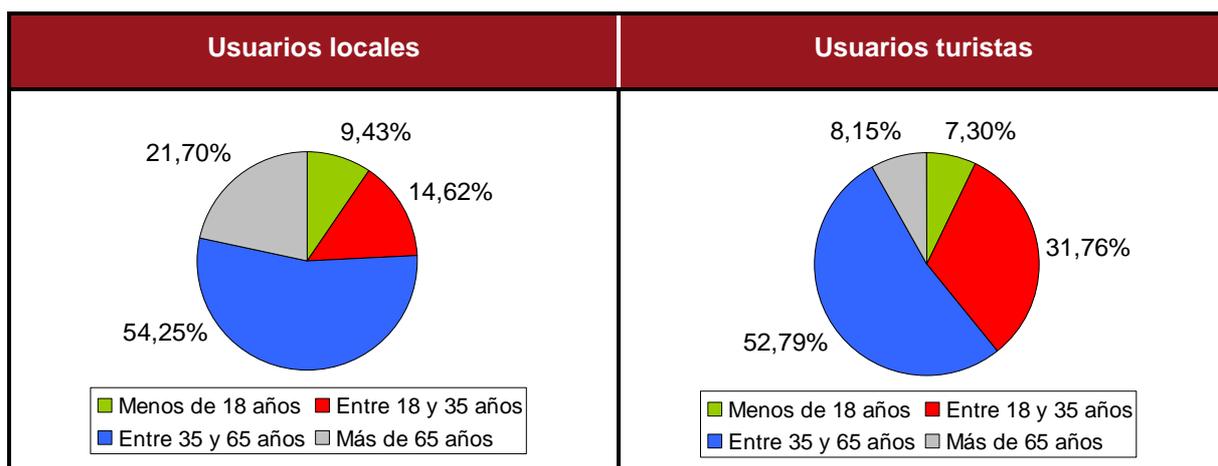
Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a usuarios del Programa de Caminos Naturales y del Censo de Población y Viviendas 2011, del INE

GRÁFICO 23 / DISTRIBUCIÓN DE SEXOS DE LOS USUARIOS LOCALES Y TURISTAS



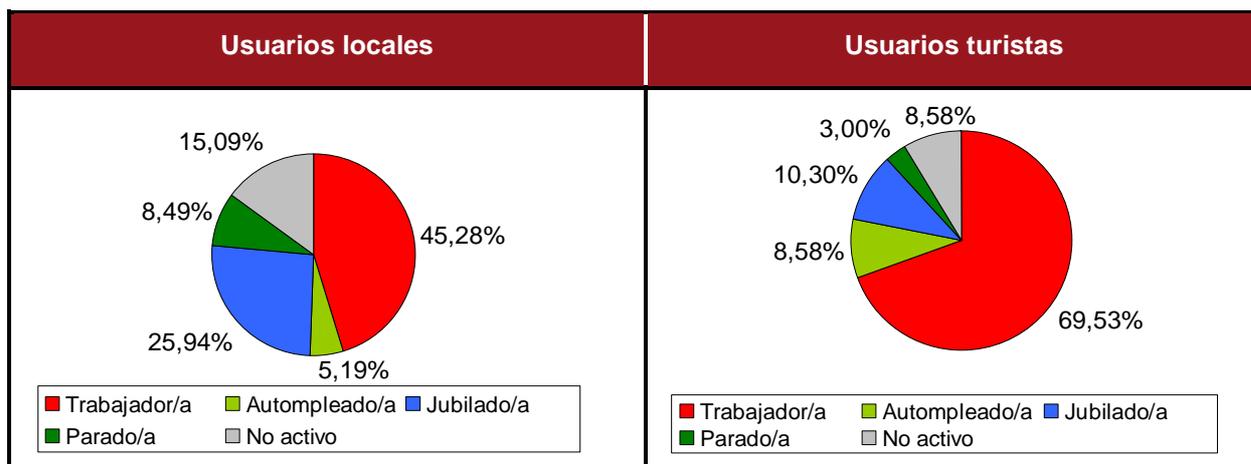
Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a usuarios del Programa de Caminos Naturales

GRÁFICO 24 / DISTRIBUCIÓN DE EDADES DE LOS USUARIOS LOCALES Y TURISTAS



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a usuarios del Programa de Caminos Naturales

GRÁFICO 25 / DISTRIBUCIÓN DE LA OCUPACIÓN DE LOS USUARIOS LOCALES Y TURISTAS



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a usuarios del Programa de Caminos Naturales

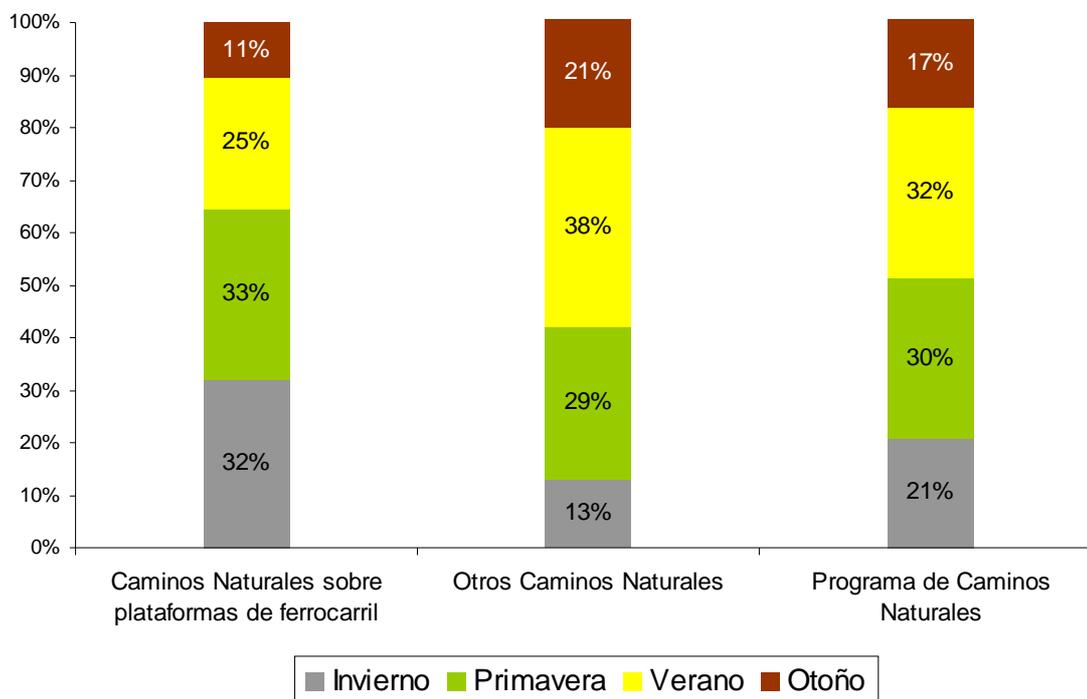
El siguiente gráfico ilustra una de las características relativas al senderismo y al ciclismo recreativo en naturaleza que se comenta de forma recurrente en distintas publicaciones: la estacionalidad de este tipo de actividad.

Si bien existe estacionalidad en la afluencia de usuarios a los itinerarios del Programa, dicha estacionalidad no impide que exista un porcentaje significativo de usuarios en periodos del año considerados generalmente como temporada baja. En definitiva, la actividad que genera este tipo de infraestructuras es menos estacional que otros tipos de turismo: el verano es la estación del año que acapara más usuarios, pero se encuentra muy seguida de la primavera y a no excesiva distancia del invierno y del otoño.

Por otra parte, la estacionalidad es muy variable según los caminos, desde aquellos que poseen un flujo continuo de usuarios a lo largo del año hasta aquellos cuyo mayor flujo de usuarios se manifiesta en una estación concreta del año (ver Gráfico 27).



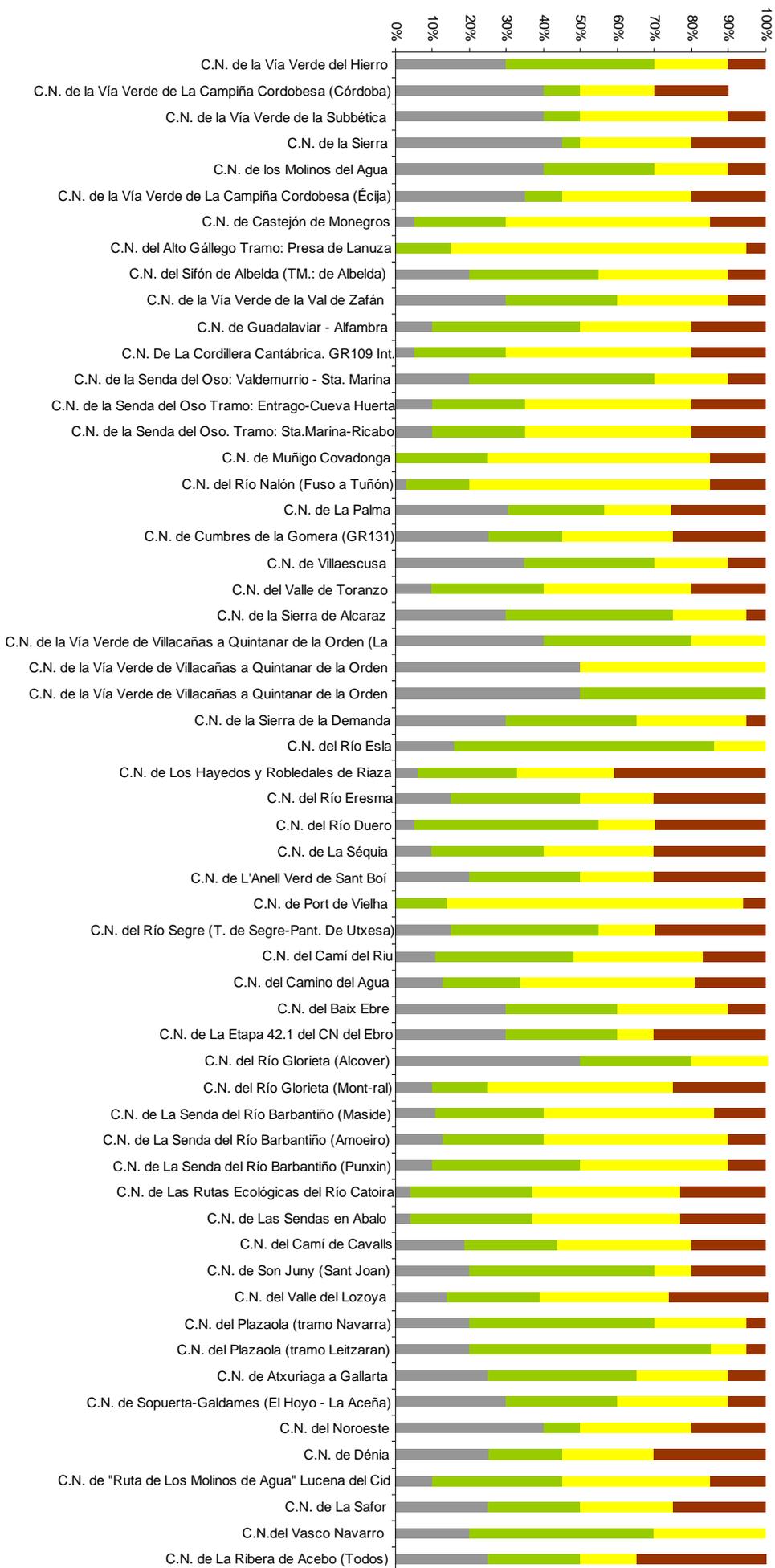
GRÁFICO 26 / ESTACIONALIDAD DE LA AFLUENCIA DE USUARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales



GRÁFICO 27 / ESTACIONALIDAD DE LA AFLUENCIA DE USUARIOS A ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales



2.4.2 Resultados relativos a promotores

2.4.2.1 Gasto de los promotores en la gestión del camino

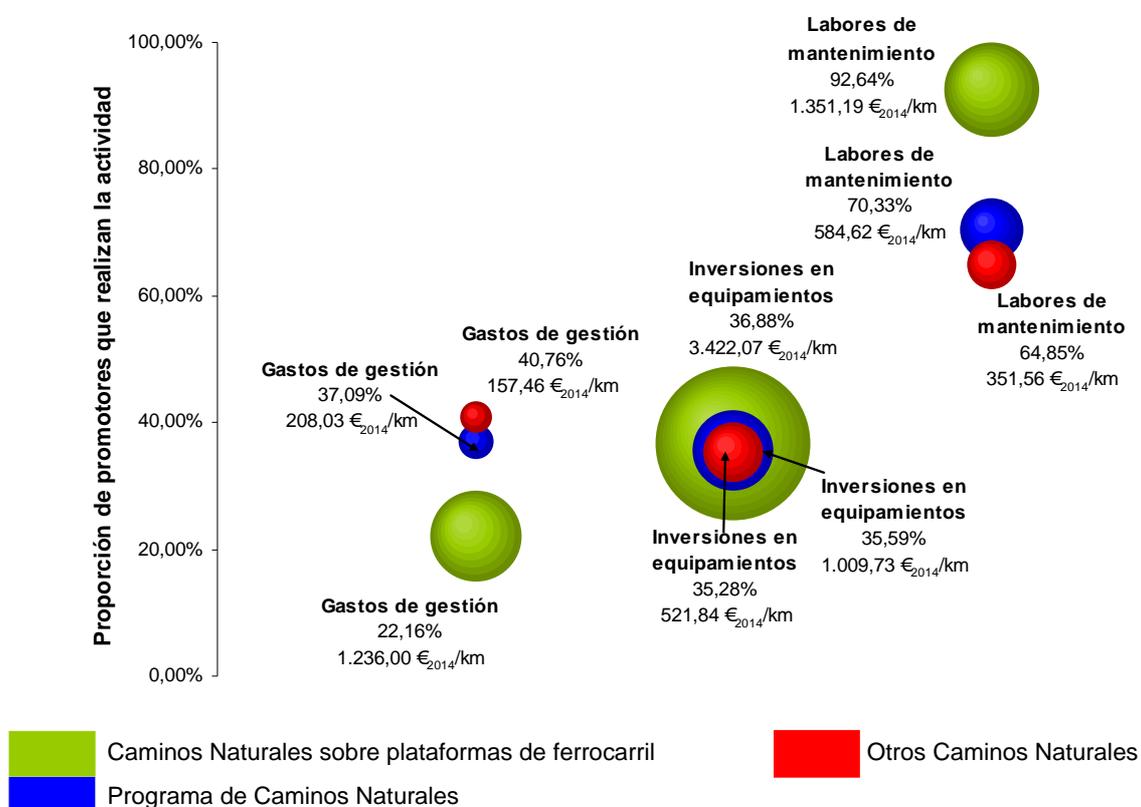
Los promotores de los itinerarios incluidos en el Programa de Caminos Naturales, en su compromiso de realizar el mantenimiento de las infraestructuras y en la realización de actividades de promoción para dar a conocer las infraestructuras, incurren en gastos que han de ser reconocidos también como impacto económico directo.

El cuestionario enviado a los promotores de itinerarios del Programa proporciona información sobre las actividades realizadas por estos agentes en materia de gestión, inversiones en equipamientos, labores de mantenimiento y promoción.

Los Gráficos 28 y 30 muestran los resultados obtenidos de las respuestas de los promotores: el tamaño de la esfera indica el gasto unitario medio ($\text{€}_{2014}/\text{km}$ o $\text{€}_{2014}/\text{año}$), mientras que la altura en el eje de ordenadas ilustra la proporción de promotores que realiza determinada actividad.

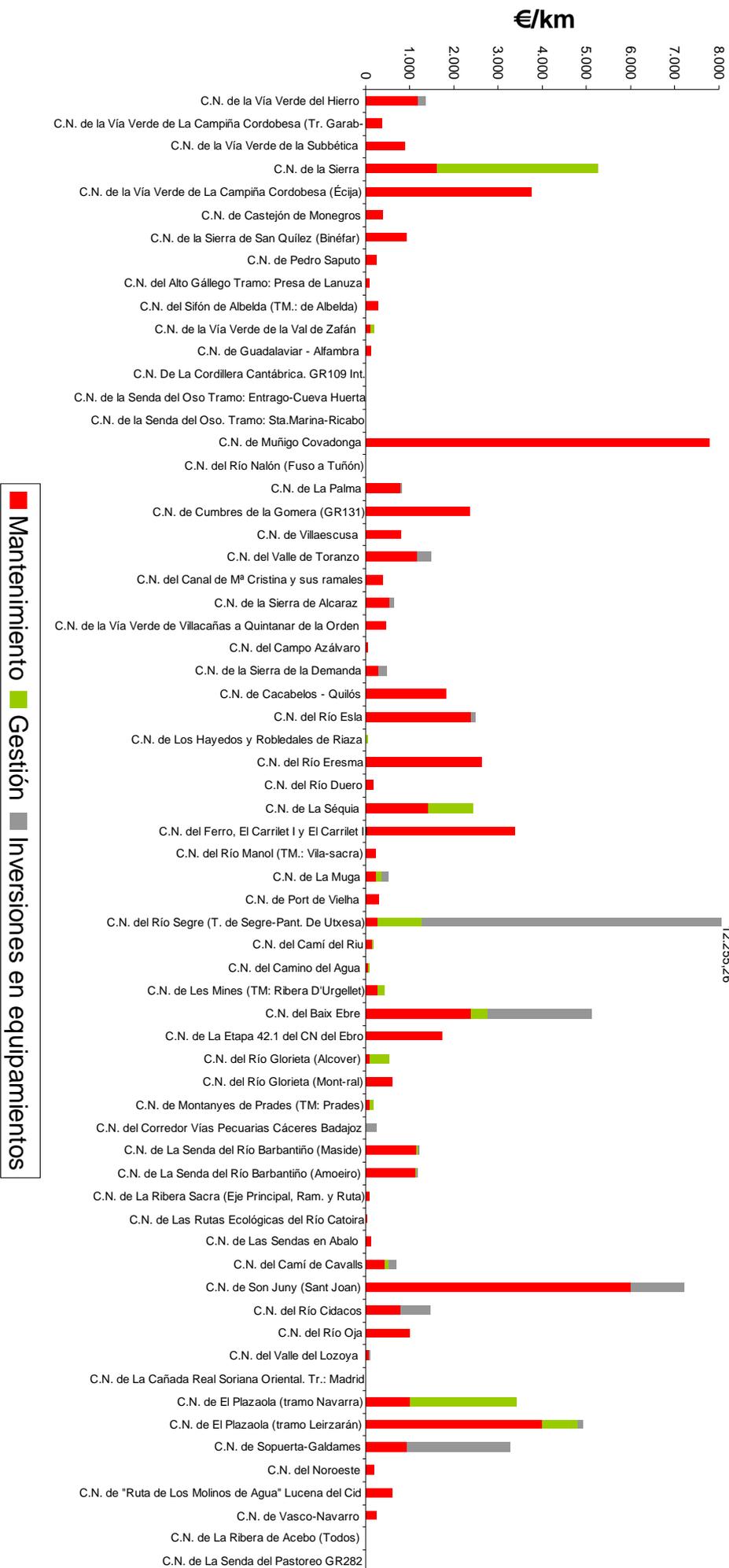
El Gráfico 29 muestra, por su parte, los gastos en materia de mantenimiento, gestión e inversiones en equipamientos para algunos itinerarios del Programa.

GRÁFICO 28 / COSTES DE GESTIÓN, DE INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTOS Y DE MANTENIMIENTO DE LOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

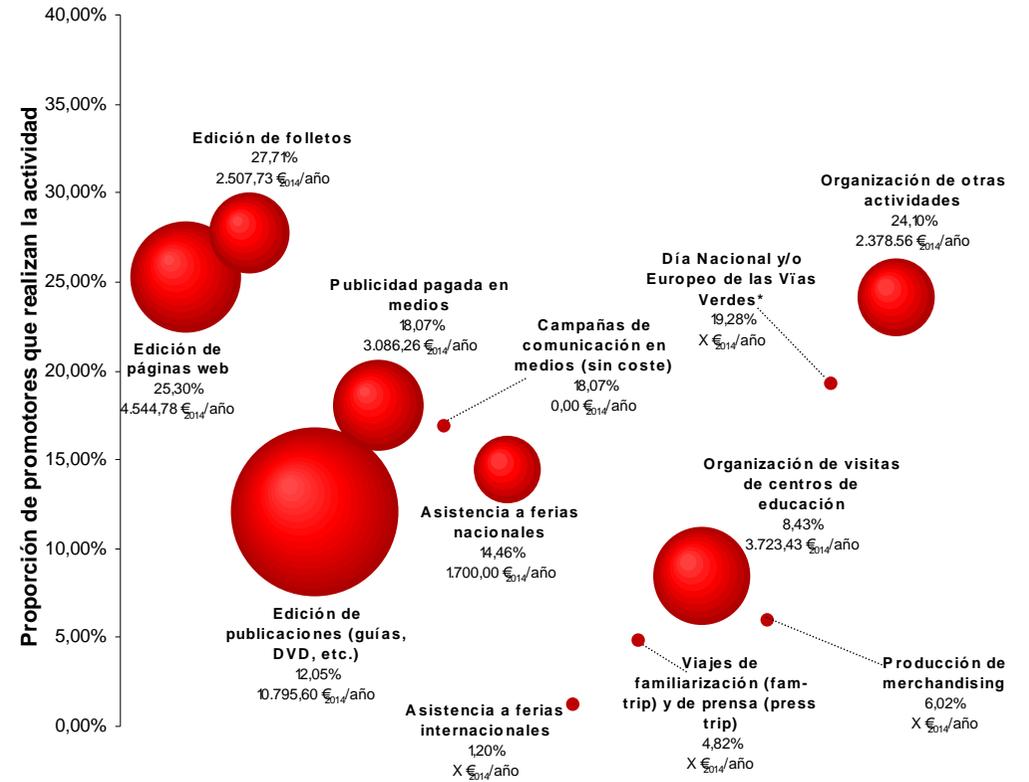
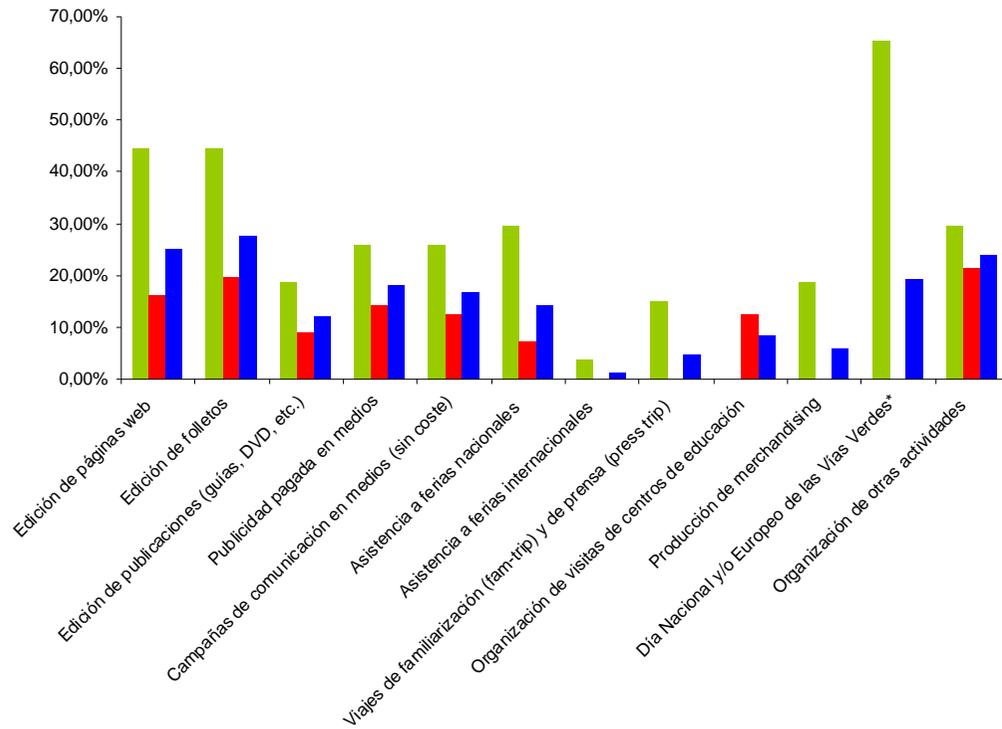
GRÁFICO 29 / COSTES DE MANTENIMIENTO, GESTIÓN E INVERSIONES EN EQUIPAMIENTOS DE ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



En el Camino Natural de L'Anell Verd de Sant Boi se realizó una inversión de 1,4 M€ en 2013 que, a efectos del grafismo, ha sido eliminada para facilitar la visualización de los datos
Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales



GRÁFICO 30 / ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN REALIZADAS POR LOS PROMOTORES DE ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



■ Caminos Naturales sobre plataformas de ferrocarril
 ■ Otros Caminos Naturales
 ■ Programa de Caminos Naturales

X €/2014/año aparece cuando es una actividad de promoción que implica coste pero del que no han informado los promotores que respondieron a la encuesta.

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

El principal gasto periódico manifestado por los promotores de itinerarios incluidos en el Programa se refiere al asociado a las labores de mantenimiento; más de dos tercios de los kilómetros de los itinerarios cuyos promotores respondieron al cuestionario dedican recursos para el mantenimiento de las infraestructuras. Las inversiones en equipamientos, aunque suponen un gasto unitario mayor, han de considerarse gastos puntuales, en los que los promotores de Caminos Naturales construidos sobre plataformas de ferrocarril y de otros Caminos Naturales incurrir cuando coinciden necesidades y posibilidades de financiación.

Respecto a las actividades de promoción, la edición de folletos es la actividad más común, aunque poco más de un 25% de los promotores manifiesta que destina recursos a ello.

Con las cifras anteriores, y conociendo la cifra de 104 promotores de itinerarios incluidos en el Programa de Caminos Naturales y una extensión de la red de 8.728 km, es posible realizar una estimación del gasto en el que estos agentes incurrir en materias de gestión, mantenimiento y promoción de las infraestructuras.

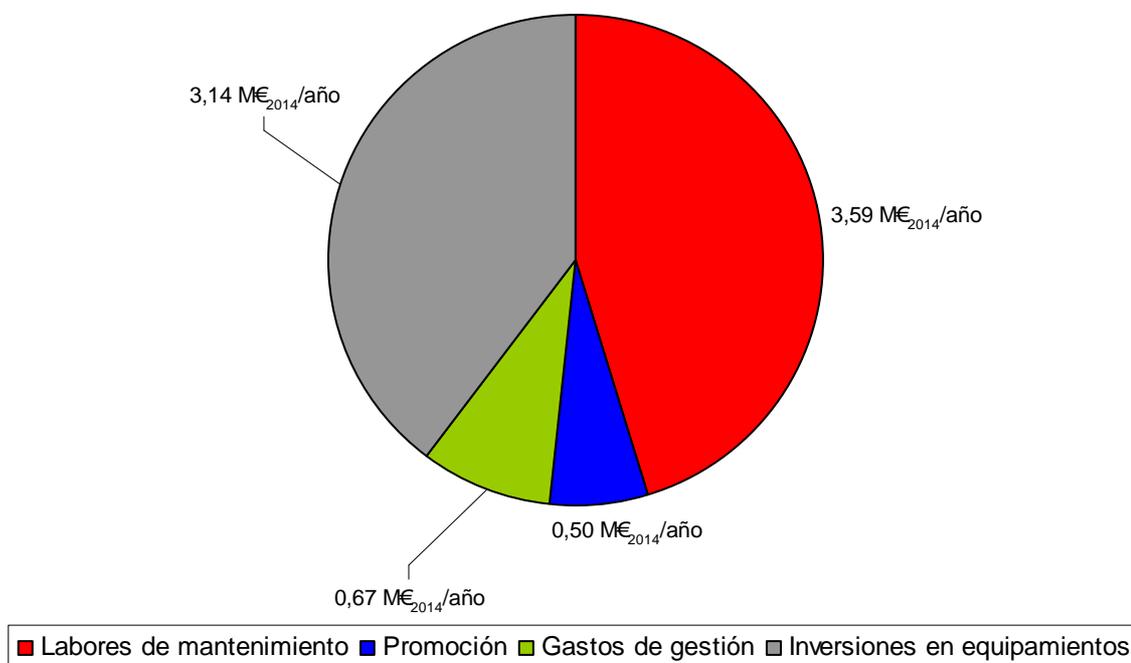
Según el presente estudio, el gasto de los promotores de los itinerarios incluidos en el Programa asciende a 7,90 M€₂₀₁₄/año.

La incertidumbre de estos resultados puede considerarse mayor que la asociada a la estimación del impacto económico directo derivado de los usuarios del Programa de Caminos Naturales: el menor número de respuestas aportadas por los promotores hace que algunas de las cifras de los Gráficos 28 y 30 se construyan sobre pocas estimaciones. De forma adicional, algunos promotores manifestaron en la respuesta al cuestionario que las labores de mantenimiento de las infraestructuras se encuadraban en servicios generales, lo que hacía difícil su cuantificación monetaria para el presente estudio.

Por otra parte, y relevante en términos de desarrollo rural, el hecho de que los principales capítulos de gasto sean la inversión en equipamientos y el mantenimiento de las infraestructuras permite afirmar que dicho impacto también se manifiesta mayoritariamente en los municipios por los que discurren los itinerarios.



GRÁFICO 31 / GASTO DE MANTENIMIENTO, GESTIÓN, PROMOCIÓN E INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURAS DE LOS PROMOTORES DE ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

2.4.3 Impacto económico directo, indirecto e inducido del Programa de Caminos Naturales

2.4.3.1 Impacto económico directo del Programa de Caminos Naturales

El impacto económico directo del Programa de Caminos Naturales, tal y como ha sido estimado en el presente estudio, consta de dos componentes: el impacto económico directo generado por los usuarios del Programa y el impacto económico directo generado por los promotores de los itinerarios.

El impacto económico generado por los usuarios del Programa se calcula a partir de la estimación de usuarios más conservadora recogida en el capítulo 4.1 del presente informe: 24,6 millones de visitas al año. De esta forma, se garantiza la obtención de un valor de impacto económico directo conservador, en el sentido de no sobreestimarlos.

De las encuestas a usuarios realizadas en distintos itinerarios del Programa se ha obtenido la conclusión de que los usuarios locales generalmente no incurren en gastos para disfrutar de estas infraestructuras o, si incurren en ellos, éstos eran de muy escasa entidad y no pueden atribuirse a la existencia del Programa (es decir, los usuarios locales realizarían la actividad aunque no existiera el itinerario del Programa). En definitiva, únicamente los usuarios turistas

incurren en gastos para disfrutar de los senderos, por lo que serán únicamente los usuarios turistas los que generen impacto económico.

De nuevo, el porcentaje de usuarios turistas sobre el total de usuarios empleado para el cálculo del impacto económico directo es el más conservador, el obtenido mediante las encuestas a usuarios de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales: el 42% de las visitas (10,3 millones) se deben a usuarios turistas.

El conjunto de usuarios turistas manifestaron un gasto medio de 44,83 €₂₀₁₄/visita. Sin embargo, no todo el gasto en el que incurren los usuarios turistas puede atribuirse al Programa y, por tanto, considerarse como impacto económico del mismo. A la hora de atribuir el gasto en el que incurren los usuarios turistas del Programa de Caminos Naturales es necesario evaluar qué influencia ha tenido el sendero (y, por tanto, el Programa) en la visita. Si la visita al camino es accesoria o, con más razón, accidental no sería correcto atribuir el coste de la visita al Programa.

Gran parte de los estudios consultados relativos a estimación del impacto económico generado por los caminos o senderos resuelven este problema de atribución de gastos identificando, a través de una pregunta en la encuesta, aquellos usuarios que manifiestan que el camino (o la actividad que desarrollan en el camino) es el principal motivo de la visita.

Los resultados de la encuesta a usuarios del Programa llevada a cabo en el marco del presente estudio indican que únicamente el 27% de los usuarios turistas (es decir, el 11% del total de 24,6 millones de visitas) manifestaron que el principal motivo para la visita era el itinerario del Programa de Caminos Naturales. Estos usuarios incurrían en un coste medio de 26,28 €₂₀₁₄/visita.

Sin embargo, el presente estudio ha optado por poner en práctica una solución apuntada por la bibliografía, mediante la cual se atribuye el gasto de aquellos usuarios cuya visita no se debe principalmente a la existencia del camino a través de una valoración de la influencia del camino en la visita.

Una de las preguntas del cuestionario versaba, precisamente, sobre la influencia del camino en la visita, dejando como opciones de respuesta “Nada”, “Un poco”, “Bastante” y “Razón principal”. La atribución del gasto al camino según esta influencia en la visita se realizó mediante los siguientes porcentajes, aplicados al correspondiente gasto del turista: 0%, 25%, 50% y 100%.

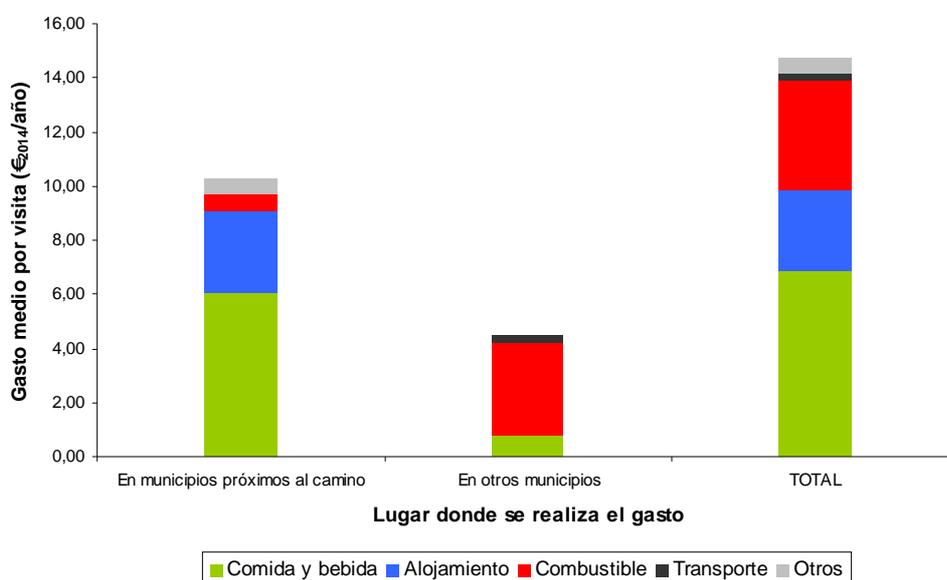
Las encuestas realizadas a usuarios del Programa de Caminos Naturales muestran que el 65% de los usuarios turistas (es decir, el 27% del total de 24,6 millones de visitas estimadas) manifestaron que el itinerario había tenido alguna influencia en su visita. El gasto medio unitario, teniendo en cuenta estas proporciones propuestas, en este caso es menor al indicado anteriormente (14,74 €₂₀₁₄/visita) pero aun así dentro del rango inferior de los resultados proporcionados por los estudios consultados (ver Gráfico 9).

El impacto económico directo relativo generado por los turistas estimado para el presente estudio, tanto en el caso de que el motivo principal de la visita sea el itinerario —26.300 €₂₀₁₄ por

cada 1.000 visitas o casi 40 visitas necesarias para generar 1.000 €₂₀₁₄— como cuando se pondera en función de la influencia del itinerario en la vista —14.700 €₂₀₁₄ por cada 1.000 usuarios y 70 visitas necesarias para generar 1.000 €₂₀₁₄—, es coherente con el análisis de estudios sobre impacto económico de los usuarios realizado en el epígrafe 2.2.1.3 de este informe.

Finalmente, este gasto unitario de casi 15 €₂₀₁₄/visita fue desagregado por concepto de gasto (comida y bebida, alojamiento, transporte, combustible y otros) —relevante, al menos, para la posterior estimación del impacto económico indirecto— y por lugar donde se realiza el gasto (en municipios del camino o en otros municipios) —en este caso, para evaluar la influencia del itinerario en la economía local—. El Gráfico 32 muestra estos datos.

GRÁFICO 32 / *CONCEPTOS DE GASTO Y LUGAR DONDE SE REALIZA EL GASTO DE LOS USUARIOS TURISTAS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES*



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a usuarios del Programa de Caminos Naturales

Casi el 70% del gasto total se realiza en los municipios próximos a los itinerarios, lo que informa de que la mayor parte de la actividad económica generada por estas infraestructuras beneficia a las economías locales de los municipios por los que discurren.

El gasto más importante es el relativo a comida y bebida, que se queda mayoritariamente en los municipios por donde discurren los itinerarios. El gasto en combustible (desplazamiento al sendero en transporte privado) es el siguiente gasto en importancia y se produce mayoritariamente en municipios alejados de los senderos (en el lugar de origen del turista o entre éste y el itinerario). El gasto en alojamiento también resulta relevante y se realiza exclusivamente en los municipios más cercanos al camino.

Con los datos desgranados en páginas previas, obtenidos a través de la realización de encuestas a usuarios de los caminos del Programa de Caminos Naturales, se ha procedido a la estimación del impacto económico directo generado por los usuarios de estas infraestructuras:

- ✦ La estimación del impacto económico directo generado por los usuarios del Programa asciende a 152 M€₂₀₁₄.
- ✦ Según esta estimación, el 70% de este impacto económico directo es generado sobre el territorio donde se ubican los itinerarios del Programa. Siendo predominante la ubicación de estas infraestructuras en el medio rural, el Programa de Caminos Naturales contribuye de forma significativa al desarrollo rural.



Por otra parte, el impacto económico directo de los promotores de itinerarios incluidos en el Programa es equivalente al gasto de los mismos en labores de mantenimiento, gestión, inversiones y promoción, tal y como se ha recogido en el capítulo 4.2. Este impacto económico directo asciende a casi 8 M€₂₀₁₄.

En definitiva, el impacto económico directo del Programa de Caminos Naturales se ha estimado en 160 M€₂₀₁₄. El 95% de este impacto se debe a los gastos en los que incurren los usuarios de los itinerarios; más del 70% del impacto se refiere a actividad económica generada en los municipios por donde discurren los itinerarios, por lo que puede afirmarse que el Programa contribuye de forma significativa al desarrollo rural.

GRÁFICO 33 / IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a usuarios y promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

2.4.3.2 Impacto económico indirecto e inducido del Programa de Caminos Naturales

Sin embargo, el impacto económico del Programa se extiende más allá del impacto económico directo de 160 M€₂₀₁₄/año: los sectores que ven incrementada su actividad debido a la existencia de estas infraestructuras (bares y restaurantes, por ejemplo) precisan que otros sectores les proporcionen bienes y servicios, aumentándose de esta forma también la actividad económica de sectores distintos a los beneficiados directamente por la presencia de los itinerarios incluidos en el Programa de Caminos Naturales.

El impacto económico indirecto e inducido del Programa de Caminos Naturales asciende a prácticamente 91 M€₂₀₁₄. De esta forma, el impacto económico del Programa asciende a 251 M€₂₀₁₄, lo que representa un 0,025% del Producto Interior Bruto de España.

La actividad económica generada por los itinerarios del Programa de Caminos Naturales se extiende, a través de los efectos indirectos, por todos los sectores de la economía nacional (ver Gráfico 35).



GRÁFICO 34 / IMPACTO ECONÓMICO TOTAL, DIRECTO E INDIRECTO DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



Fuente: Elaboración propia

Los sectores económicos que más se ven beneficiados por la existencia de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales son el sector de la restauración (bares y restaurantes) y el sector energético (a través del gasto en combustible para el desplazamiento en vehículo privado).



GRÁFICO 35 / DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL IMPACTO ECONÓMICO TOTAL DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES SEGÚN SECTORES ECONÓMICOS

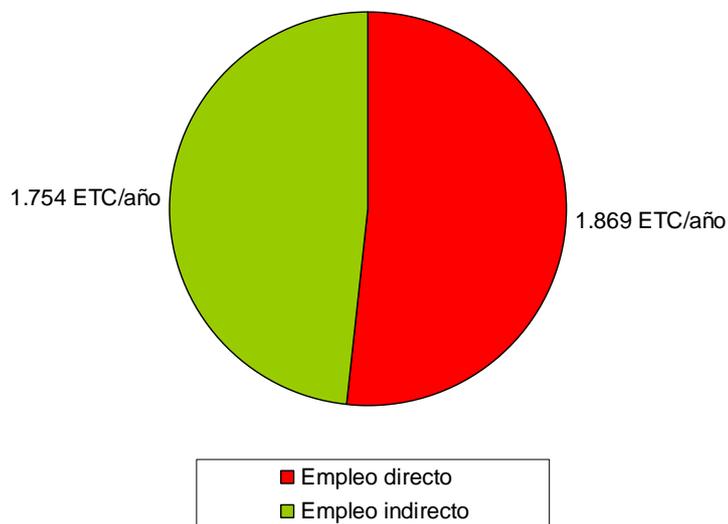


Fuente: Elaboración propia a partir de Fernández et al. (2013), de encuestas a promotores y de encuestas a usuarios



Los Modelos *Input-Output*, además de estimar el incremento de la producción nacional, permiten obtener resultados en términos de creación de empleo, de empleo asociado, en este caso, al Programa.

GRÁFICO 36 / EMPLEOS CREADOS POR EL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



ETC: puestos de trabajo Equivalentes a Tiempo Completo.

Fuente: Elaboración propia

El presente estudio ha estimado que el Programa de Caminos Naturales y la actividad económica que genera dan trabajo a 3.600 personas al año a tiempo completo en España. Más del 85% del empleo asociado al Programa se crea o es generado por el gasto directo de turistas y promotores en los municipios por donde discurren las infraestructuras. En definitiva, el Programa de Caminos Naturales contribuye a la creación de empleo en el medio rural.

En el Gráfico 37 se ilustra la distribución por sectores económicos de la creación de empleo debido al Programa, destacando los sectores de la restauración (comida y bebida) y hotelero (alojamiento).

GRÁFICO 37 / DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS CREADOS POR EL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES SEGÚN SECTORES ECONÓMICOS



Fuente: Elaboración propia a partir de Fernández et al. (2013), de encuestas a promotores y de encuestas a usuarios

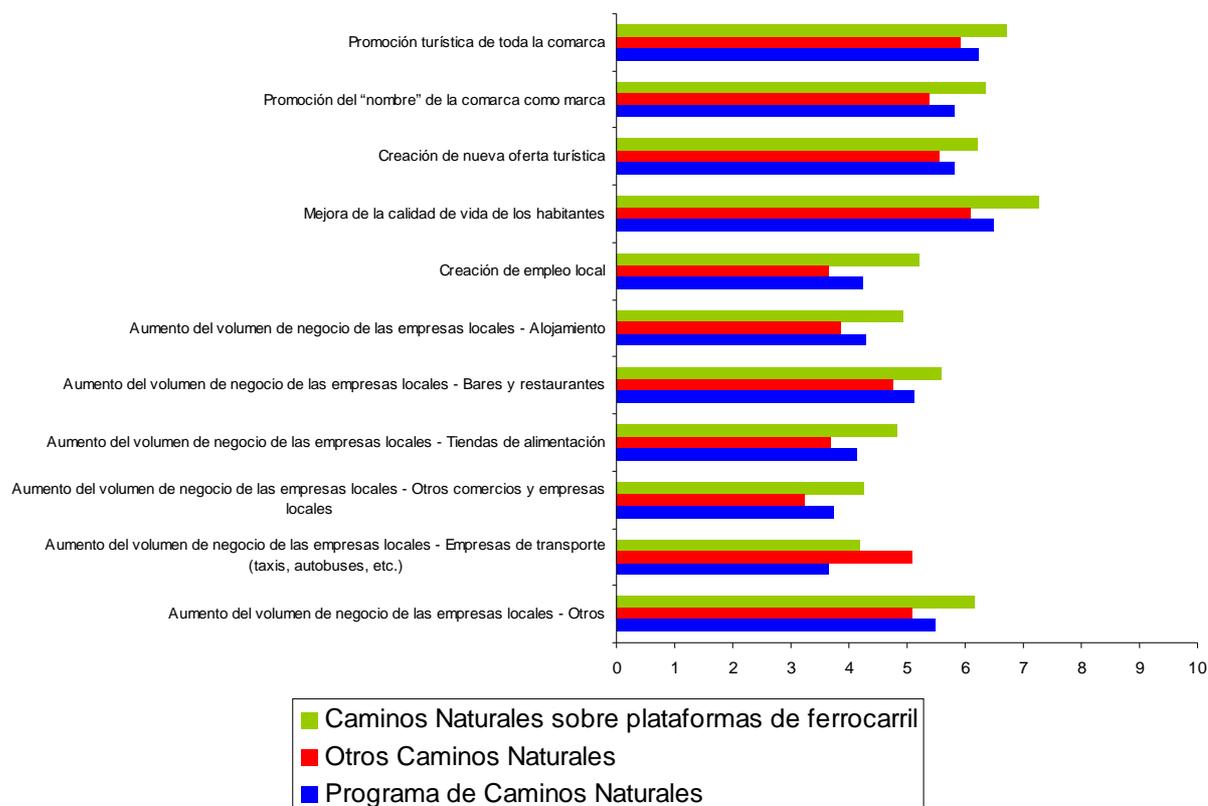


Cabe indicar también que la inversión realizada en el Programa de Caminos Naturales en sus veinte años de recorrido ha sido de casi 200 millones de euros, cifra que, actualizada a euros corrientes de 2014, asciende a más de 230 M€₂₀₁₄ (impacto económico directo). Esta inversión ha generado en estos veinte años empleo e impacto indirecto, que puede ser estimado también a partir del Modelo *Input-Output*.

El impacto económico total (impacto directo e indirecto) asociado a la construcción de las infraestructuras del Programa ha ascendido, en estos veinte años, a casi 340 M€₂₀₁₄. Asimismo, la inversión realizada en el marco del Programa de Caminos Naturales de 230 M€₂₀₁₄ ha generado, en sus veinte años de recorrido, 7.800 puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo.

Además de estas cifras de impacto económico —que demuestran que gran parte del impacto generado es percibido por los municipios por donde discurren los caminos—, se muestra a continuación la valoración que los promotores hacen de la incidencia de los caminos del Programa de Caminos Naturales en el desarrollo rural. El Gráfico 38 ofrece los resultados para el conjunto de los itinerarios, mientras que en la Tabla 6 se recoge la valoración para cada infraestructura.

GRÁFICO 38 / INCIDENCIA DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN EL DESARROLLO RURAL (0: NINGUNA INCIDENCIA; 10: MÁXIMA INCIDENCIA)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

TABLA 6 / VALORACIÓN DE 0 A 10 DE LA INCIDENCIA DE LOS CAMINOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN EL DESARROLLO RURAL

NOMBRE DEL CAMINO NATURAL	PROMOCIÓN TURÍSTICA COMARCA	PROMOCIÓN NOMBRE DE LA COMARCA "MARCA"	CREACIÓN DE NUEVA OFERTA TURÍSTICA	MEJORA CALIDAD DE VIDA HABITANTES	CREACIÓN EMPLEO LOCAL	AUMENTO DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DE LAS EMPRESAS LOCALES					
						ALOJAMIENTO	BARES Y RESTAURANTES	TIENDAS DE ALIMENTACIÓN	OTROS COMERCIOS Y EMPRESAS LOCALES	EMPRESAS DE TRANSPORTE	OTROS
C.N. de la Vía Verde del Hierro	8	7	8	9	6	4	6	6	5	2	ns/nc
C.N. de la Vía Verde de La Campiña Cordobesa (Córdoba)	7	7	7	8	5	1	2	1	1	1	ns/nc
C.N. de la Vía Verde de la Subbética	10	10	10	8	7	6	6	5	5	5	ns/nc
C.N. de la Sierra	10	10	10	8	8	10	8	7	7	9	ns/nc
C.N. de los Molinos del Agua	7	7	4	7	2	1	4	2	1	1	ns/nc
C.N. de la Vía Verde del Aceite	4	3	3	3	4	4	3	2	3	5	ns/nc
C.N. de la Vía Verde de La Campiña Cordobesa (Écija)	4	8	8	10	4	3	5	3	3	2	ns/nc
C.N. de la Comarca de Somontano de Barbastro	7	8	7	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc
C.N. de Castejón de Monegros	3	3	4	7	1	2	2	2	1	1	ns/nc
C.N. de la Hoya de Huesca	5	5	5	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc

TABLA 6 / VALORACIÓN DE 0 A 10 DE LA INCIDENCIA DE LOS CAMINOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN EL DESARROLLO RURAL (CONTINUACIÓN)

NOMBRE DEL CAMINO NATURAL	PROMOCIÓN TURÍSTICA COMARCA	PROMOCIÓN NOMBRE DE LA COMARCA "MARCA"	CREACIÓN DE NUEVA OFERTA TURÍSTICA	MEJORA CALIDAD DE VIDA HABITANTES	CREACIÓN EMPLEO LOCAL	AUMENTO DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DE LAS EMPRESAS LOCALES					
						ALOJAMIENTO	BARES Y RESTAURANTES	TIENDAS DE ALIMENTACIÓN	OTROS COMERCIOS Y EMPRESAS LOCALES	EMPRESAS DE TRANSPORTE	OTROS
C.N. de la Sierra de San Quílez (Binéfar)	4	1	4	7	3	0	0	0	1	0	ns/nc
C.N. de Pedro Saputo	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
C.N. del Alto Gállego Tramo: Presa de Lanuza	2	1	ns/nc	5	0	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc
C.N. del Sifón de Albelda (TM: de Albelda)	4	5	4	7	0	0	5	4	5	ns/nc	ns/nc
C.N. de la Vía Verde de la Val de Zafán	6	5	6	5	5	5	5	5	5	6	6
C.N. de Ojos Negros	6	3	7	5	7	6	7	7	7	7	6
C.N. de Guadalaviar – Alfambra	7	1	6	1	1	1	1	1	1	1	ns/nc
C.N. de la Cordillera Cantábrica. GR109 Int.	6	5	4	5	4	3	5	3	1	1	ns/nc
C.N. de la Senda del Oso: Valdemurrio - Sta. Marina	9	9	8	7	6	9	9	7	7	7	7
C.N. de la Senda del Oso Tramo: Entrago – Cueva Huerta	6	5	4	5	4	3	5	3	1	1	ns/nc

TABLA 6 / VALORACIÓN DE 0 A 10 DE LA INCIDENCIA DE LOS CAMINOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN EL DESARROLLO RURAL (CONTINUACIÓN)

NOMBRE DEL CAMINO NATURAL	PROMOCIÓN TURÍSTICA COMARCA	PROMOCIÓN NOMBRE DE LA COMARCA "MARCA"	CREACIÓN DE NUEVA OFERTA TURÍSTICA	MEJORA CALIDAD DE VIDA HABITANTES	CREACIÓN EMPLEO LOCAL	AUMENTO DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DE LAS EMPRESAS LOCALES					
						ALOJAMIENTO	BARES Y RESTAURANTES	TIENDAS DE ALIMENTACIÓN	OTROS COMERCIOS Y EMPRESAS LOCALES	EMPRESAS DE TRANSPORTE	OTROS
C.N. de la Senda del Oso Tramo: Sta. Marina – Ricabo	3	3	4	3	4	2	3	2	1	1	ns/nc
C.N. de Muñigo Covadonga	6	5	4	5	4	3	5	3	1	1	ns/nc
C.N. de Fuerteventura (Trazado GR)	9	8	9	7	7	6	6	6	6	6	ns/nc
C.N. de Tenerife (Anaga – Chasna) (TR: GR131)	6	2	7	6	3	2	6	3	3	4	ns/nc
C.N. de La Palma	8	8	7	5	5	8	8	8	7	7	ns/nc
C.N. de Cumbres de la Gomera (GR131)	8	7	7	6	5	8	8	6	6	9	ns/nc
C.N. de Sarón – La Penilla	4	2	2	7	1	2	4	1	1	1	10
C.N. del Río Nalon (Fuso a Tuñón)	7	8	5	1	1	1	1	1	1	1	ns/nc
C.N. de Villaescusa	9	8	5	4	5	0	7	6	ns/nc	ns/nc	ns/nc
C.N. del Valle de Toranzo	10	10	10	10	7	10	10	7	ns/nc	5	ns/nc
C.N. de la Ribera de Acebo (Todos)	6	8	8	9	5	5	5	5	5	5	5

TABLA 6 / VALORACIÓN DE 0 A 10 DE LA INCIDENCIA DE LOS CAMINOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN EL DESARROLLO RURAL (CONTINUACIÓN)

NOMBRE DEL CAMINO NATURAL	PROMOCIÓN TURÍSTICA COMARCA	PROMOCIÓN NOMBRE DE LA COMARCA "MARCA"	CREACIÓN DE NUEVA OFERTA TURÍSTICA	MEJORA CALIDAD DE VIDA HABITANTES	CREACIÓN EMPLEO LOCAL	AUMENTO DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DE LAS EMPRESAS LOCALES					
						ALOJAMIENTO	BARES Y RESTAURANTES	TIENDAS DE ALIMENTACIÓN	OTROS COMERCIOS Y EMPRESAS LOCALES	EMPRESAS DE TRANSPORTE	OTROS
C.N. de la Vía Verde de Villacañas a Quintanar de la Orden (La Puebla)	1	1	1	9	1	1	1	1	1	1	ns/nc
C.N. de la Vía Verde de Villacañas a Quintanar de la Orden (Villacañas)	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1
C.N. de la Vía Verde de Villacañas a Quintanar de la Orden (Quintanar)	7	8	6	6	4	5	4	6	3	2	ns/nc
C.N. del Río Eresma	6	6	6	9	6	0	2	0	ns/nc	ns/nc	ns/nc
C.N. de la Sierra de La Demanda	6	7	0	8	ns/nc	5	7	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc
C.N. de Cacabelos – Quilós	6	6	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc
C.N. del Río Esla	4	7	6	10	8	4	5	6	2	2	ns/nc
C.N. del Río Duero	9	8	6	5	3	6	6	3	3	3	ns/nc
C.N. del Paisaje Agrario Sayagués	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C.N. de los Hayedos y Robledales de Riaza	7	6	6	7	3	5	5	6	5	2	ns/nc

TABLA 6 / VALORACIÓN DE 0 A 10 DE LA INCIDENCIA DE LOS CAMINOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN EL DESARROLLO RURAL (CONTINUACIÓN)

NOMBRE DEL CAMINO NATURAL	PROMOCIÓN TURÍSTICA COMARCA	PROMOCIÓN NOMBRE DE LA COMARCA "MARCA"	CREACIÓN DE NUEVA OFERTA TURÍSTICA	MEJORA CALIDAD DE VIDA HABITANTES	CREACIÓN EMPLEO LOCAL	AUMENTO DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DE LAS EMPRESAS LOCALES					
						ALOJAMIENTO	BARES Y RESTAURANTES	TIENDAS DE ALIMENTACIÓN	OTROS COMERCIOS Y EMPRESAS LOCALES	EMPRESAS DE TRANSPORTE	OTROS
C.N. del Valle del Lozoya	8	9	8	8	6	6	7	7	7	6	ns/nc
C.N. de La Séquia	3	3	3	9	5	1	1	1	1	1	10
C.N. de L'Anell Verd de Sant Boí	6	6	10	9	7	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc
C.N. del Río Manol (TM.: Vila – Sacra)	6	7	3	8	0	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc	ns/nc
C.N. de Port de Vielha	2	2	5	2	1	2	2	2	2	2	ns/nc
C.N. del Río Segre (T. de Segre – Pant. de Utxesa)	1	1	10	10	6	1	1	1	1	1	ns/nc
C.N. del Camí del Riu	5	4	3	9	2	2	3	5	3	1	ns/nc
C.N. de Les Mines (TM: Ribera D'Urgellet)	8	8	9	8	6	8	8	8	6	6	ns/nc
C.N. del Baix Ebre	9	9	9	9	7	8	8	7	7	7	ns/nc
C.N. del Río Glorieta (Alcover)	4	4	4	3	3	3	5	3	3	ns/nc	ns/nc
C.N. del Río Glorieta (Mont-ral)	5	5	5	6	1	6	7	6	6	5	ns/nc
C.N. del Camino del Agua	9	7	9	10	7	9	9	8	7	9	ns/nc

TABLA 6 / VALORACIÓN DE 0 A 10 DE LA INCIDENCIA DE LOS CAMINOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN EL DESARROLLO RURAL (CONTINUACIÓN)

NOMBRE DEL CAMINO NATURAL	PROMOCIÓN TURÍSTICA COMARCA	PROMOCIÓN NOMBRE DE LA COMARCA "MARCA"	CREACIÓN DE NUEVA OFERTA TURÍSTICA	MEJORA CALIDAD DE VIDA HABITANTES	CREACIÓN EMPLEO LOCAL	AUMENTO DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DE LAS EMPRESAS LOCALES					
						ALOJAMIENTO	BARES Y RESTAURANTES	TIENDAS DE ALIMENTACIÓN	OTROS COMERCIOS Y EMPRESAS LOCALES	EMPRESAS DE TRANSPORTE	OTROS
C.N. de la Sierra de Alcaraz	7	8	7	8	8	8	9	9	8	8	ns/nc
C.N. de la Senda del Río Barbantiño (Punxin)	5	6	2	2	2	2	6	2	2	2	2
C.N. de La Ribera Sacra (Eje Principal, Ram. y Ruta)	7	6	4	4	2	3	4	2	3	1	4
C.N. de las Rutas Ecológicas del Río Catoira	8	8	2	8	5	6	6	2	2	2	2
C.N. de las Sendas del Abalo	8	8	2	8	5	6	6	2	2	2	ns/nc
C.N. de la Senda del Río Barbantiño (Maside)	6	4	6	5	2	2	3	3	3	2	ns/nc
C.N. de la Senda del Río Barbantiño (Amoeiro)	6	4	6	5	2	3	3	2	2	3	ns/nc
C.N. del Camí de Cavalls	8	8	8	7	6	7	7	6	6	6	6
C.N. de Son Juny (Sant Joan)	7	8	6	8	6	1	5	5	5	1	6
C.N. de Montfalcó al Congost de Mont-Rebei	8	6	6	6	6	8	8	8	8	10	ns/nc

TABLA 6 / VALORACIÓN DE 0 A 10 DE LA INCIDENCIA DE LOS CAMINOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN EL DESARROLLO RURAL (CONTINUACIÓN)

NOMBRE DEL CAMINO NATURAL	PROMOCIÓN TURÍSTICA COMARCA	PROMOCIÓN NOMBRE DE LA COMARCA "MARCA"	CREACIÓN DE NUEVA OFERTA TURÍSTICA	MEJORA CALIDAD DE VIDA HABITANTES	CREACIÓN EMPLEO LOCAL	AUMENTO DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DE LAS EMPRESAS LOCALES					
						ALOJAMIENTO	BARES Y RESTAURANTES	TIENDAS DE ALIMENTACIÓN	OTROS COMERCIOS Y EMPRESAS LOCALES	EMPRESAS DE TRANSPORTE	OTROS
C.N. del Plazaola (tramo Navarra)	8	8	8	8	6	8	8	7	7	6	9
C.N. del Plazaola (tramo Leizarán)	6	6	8	8	7	7	7	5	6	6	ns/nc
C.N. de Sopena-Galdames	8	8	5	7	3	2	5	3	3	2	ns/nc
C.N. de Vasco-Navarro	10	6	10	10	9	9	9	9	5	6	8
C.N. del Noroeste	8	8	8	8	6	8	5	5	5	5	ns/nc
C.N. de "Ruta de Los Molinos del Agua" Lucena del Cid	8	7	8	6	6	7	8	7	6	7	7
C.N. de Dénia	6	2	4	6	1	3	3	1	2	1	ns/nc

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

Según los promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales, la incidencia de estas infraestructuras en el desarrollo rural puede ser muy importante. En el Gráfico 38 se aprecia que la valoración que obtienen los Caminos Naturales construidos sobre plataformas de ferrocarril es sistemáticamente mayor que la del resto de los Caminos Naturales.

2.4.3.3 Impacto económico del Programa de Caminos Naturales: un breve análisis de sensibilidad de los resultados

Como cualquier estudio de este tipo, el presente trabajo es susceptible de presentar resultados sometidos a determinado grado de incertidumbre. Las cifras recogidas en las páginas anteriores, sin estar exentas de incertidumbre, se consideran estimaciones prudentes y conservadoras. No obstante, existen dos variables clave origen de incertidumbre:

- ✦ **Número de usuarios o de visitas.** Es una de las variables clave en cualquier estudio sobre impacto económico de los caminos y, quizás, la más exigente en recursos necesarios para su estimación. La realización de aforos manuales periódicos o la instalación de aforadores automáticos en los itinerarios del Programa de Caminos Naturales (poco más del 10% de las infraestructuras cuyos promotores respondieron a la encuesta proporcionaron datos de aforo) permitiría mejorar el conocimiento que actualmente se tiene sobre el grado de utilización de estas infraestructuras.
- ✦ **Perfil de los usuarios:** usuarios locales vs. turistas, perfil de gasto, etc. Un correcto y extenso muestreo, mediante la realización de encuestas, permite reducir la incertidumbre respecto a estos datos.

Una mejora de la calidad de la información relativa, especialmente, a estas dos variables permitiría mejorar de forma significativa la precisión de las estimaciones de impacto económico. No obstante, ante la existencia de incertidumbre en los resultados resulta interesante realizar un análisis de sensibilidad de los resultados, que permitirá calibrar la influencia que estas variables tienen en el resultado final.

En el capítulo 2.4.1.1 se han ofrecido dos estimaciones del número de usuarios o de visitas que los itinerarios del Programa de Caminos Naturales soportan al cabo de un año. La estimación central del impacto económico del Programa se ha realizado a partir del número de usuarios más bajo (24,6 millones de visitas); en la Tabla 7 se muestra el análisis de sensibilidad respecto a esta variable.

TABLA 7 / ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL NÚMERO DE USUARIOS

Número de visitas (millones)	Impacto económico directo de los usuarios (M€ ₂₀₁₄ /año)
24,6	152,26
31,5	194,97

Fuente: Elaboración propia

Otro de los datos empleados para la estimación del impacto económico de los usuarios del Programa es el perfil de los mismos, obtenidos en el presente estudio a través de encuestas a los propios usuarios.

El perfil de los usuarios del Programa de Caminos Naturales se define por varios parámetros: perfil de gasto, tipo de usuarios (turistas o locales), etc.

El perfil de gasto obtenido en el presente trabajo y empleado para la estimación del impacto económico directo de los usuarios del Programa (ver Gráfico 32) está avalado por los resultados obtenidos por estudios del ramo.

Sin embargo, el tipo de usuarios (turistas o locales) presenta una variabilidad muy elevada entre los estudios consultados. Siendo únicamente los usuarios turistas los que generan impacto económico, su proporción sobre el total de visitas determinará el resultado de impacto económico directo de los usuarios. La Tabla 8 muestra cómo varía el impacto económico directo de los usuarios según varía el porcentaje de turistas sobre el total de las visitas que reciben los itinerarios del Programa de Caminos Naturales.

La relación entre impacto económico directo de los usuarios del Programa y proporción de turistas es, lógicamente, directamente proporcional: si se reduce a la mitad el porcentaje de usuarios turistas se reduce a la mitad el impacto económico directo de los usuarios.

El porcentaje del 42% de usuarios turistas, empleado en el escenario de referencia, es el obtenido en las encuestas a usuarios del Programa. Resulta más acorde con la realidad o, en el peor de los casos, más prudente en términos de estimación del impacto económico que el manifestado por los promotores de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales (ver Gráfico 16).

TABLA 8 / ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PORCENTAJE DE USUARIOS TURISTAS

Porcentaje de usuarios turistas	Impacto económico directo de los usuarios (M€ ₂₀₁₄ /año)
10%	36,25
20%	72,50
30%	108,76
40%	145,01
42%	152,26
50%	181,26
60%	217,51
70%	253,76
80%	290,02
90%	326,27
100%	362,52

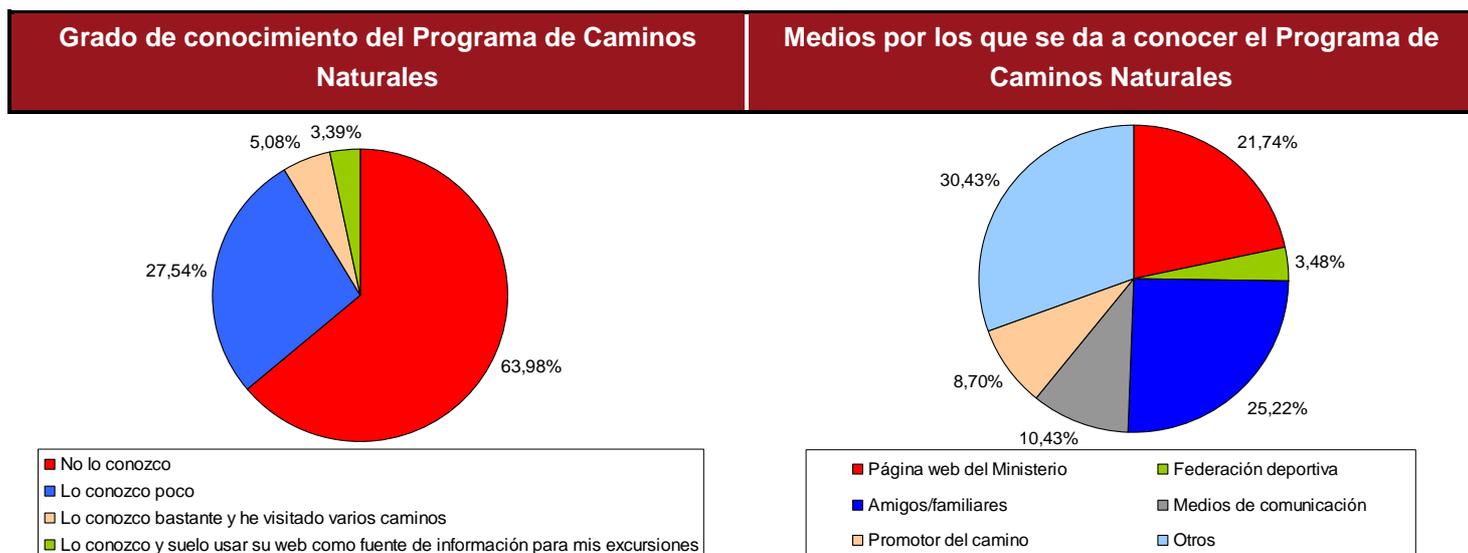
Fuente: Elaboración propia

Finalmente, los datos sobre los que se construyó la estimación del impacto directo asociado al gasto de promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales también presentan un elevado grado de incertidumbre. Sin embargo, el escaso peso que este impacto directo tiene sobre el impacto económico directo total (apenas un 8%, como se desprende del Gráfico 33) permite afirmar que una más precisa estimación de estos gastos tendría escasa influencia en el resultado final —al menos en términos de impacto económico, aunque quizás no tanto en relación con el conocimiento de la gestión de los promotores, la calidad del estado en que se encuentren los itinerarios y la información y promoción de los mismos—.

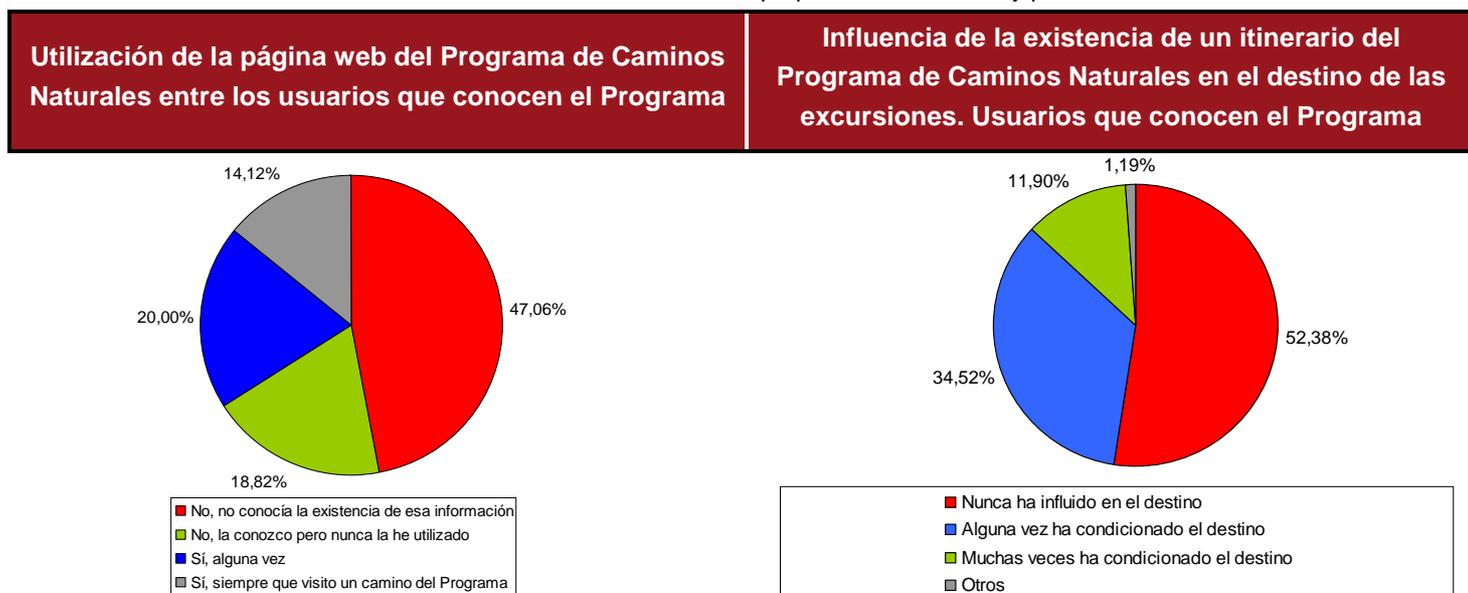
2.4.4 Impacto social del Programa de Caminos Naturales: conocimiento y presencia en medios

En el presente epígrafe se realizará una valoración cualitativa del impacto social del Programa de Caminos Naturales. Esta valoración se realizará a partir del conocimiento del Programa por parte de sus propios usuarios (a través de la encuesta a usuarios realizada en el marco del presente estudio) y de la presencia en Internet del Programa y de sus infraestructuras (Caminos Naturales construidos sobre plataformas ferroviarias y otros Caminos Naturales).

GRÁFICO 39 / CONOCIMIENTO DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES POR PARTE DE SUS USUARIOS



En "otros", predominan las respuestas relacionadas con las propias señalizaciones y paneles informativos de los caminos



Pregunta: ¿Utiliza la información proporcionada en la página web del Ministerio para la programación de su excursión?

Pregunta: ¿En qué manera influye la existencia de un camino del Programa de Caminos Naturales en el destino de sus excursiones?

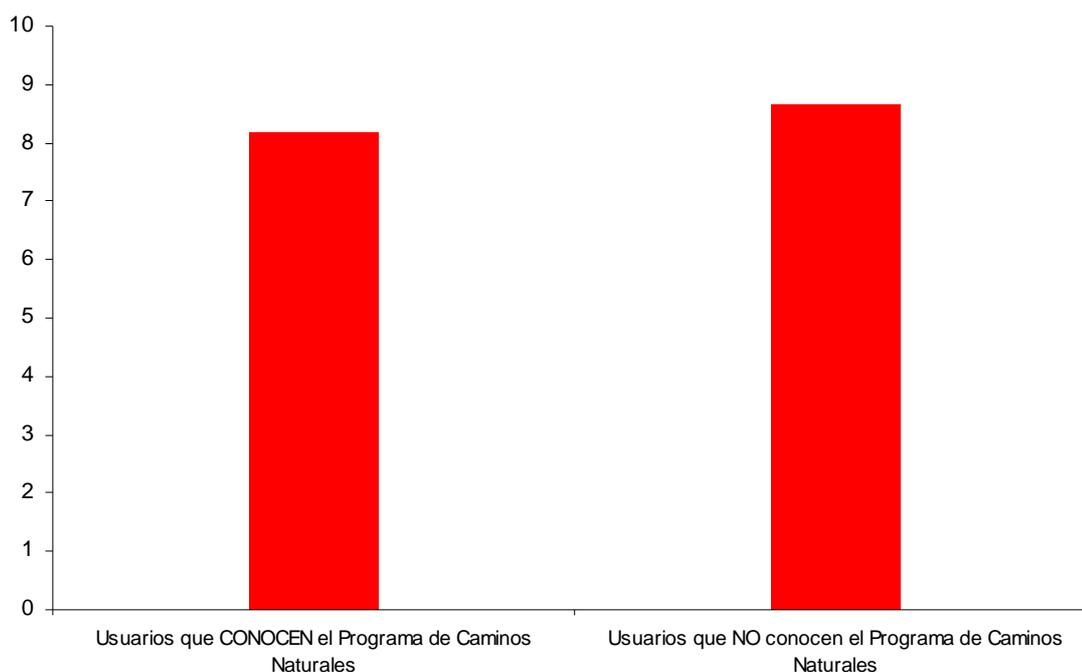
Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a usuarios del Programa de Caminos Naturales

Según el Gráfico 39, el Programa de Caminos Naturales es poco conocido entre sus usuarios y, además, el conocimiento del mismo se canaliza mayoritariamente a través de medios informales (amigos o familiares) o circunstanciales (señalización y paneles informativos en los caminos). La página web del Programa, principal instrumento en la actualidad de promoción del mismo, es poco conocida entre los usuarios de los caminos; finalmente, aunque el Programa influye de forma escasa en el destino de los turistas, esta influencia parece más significativa que lo esperable del escaso conocimiento del mismo.

El escaso conocimiento del Programa de Caminos Naturales por parte de sus usuarios tiene o puede tener evidentes repercusiones en el potencial del mismo para constituirse como un activo relevante en el desarrollo del turismo de naturaleza y de productos turísticos relacionados.

Por otra parte, el elevado potencial que el Programa tiene para atraer senderistas y turistas de naturaleza en general se confirma por la valoración que hacen del mismo sus usuarios.

GRÁFICO 40 / VALORACIÓN DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES POR PARTE DE SUS USUARIOS



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a usuarios de caminos del Programa de Caminos Naturales

El Programa de Caminos Naturales obtiene una valoración de notable alto por parte de sus usuarios, independientemente de que dichos usuarios conocieran o no la existencia del Programa.

Los medios de comunicación y las redes sociales juegan o pueden jugar un importante papel en la difusión de iniciativas como la del Programa de Caminos Naturales, mientras que, en sentido contrario, aquellas iniciativas más conocidas generalmente serán también objeto de mayor cobertura mediática.

En la actualidad, cualquier medio de comunicación, independientemente de su ámbito (prensa, radio, televisión, etc.), dispone de una página web donde se recogen, de una u otra forma, los contenidos del medio. Por otra parte, los buscadores en Internet disponen de descriptores de búsqueda que permiten realizar consultas de determinadas palabras o cadena de palabras en el conjunto de Internet o en una página web concreta.

El presente estudio ha utilizado estas herramientas para conocer el número de páginas web (equivalente, en los medios de comunicación, al número de noticias) que hacen referencia al Programa o a sus infraestructuras (Caminos Naturales o Vías Verdes).

Los números que se recogen en las tablas siguientes no han de interpretarse como números precisos ni, menos aún, estáticos: el resultado de la búsqueda depende de la fecha en la que se realice e, incluso, de la hora. El análisis de estas tablas ha de limitarse a obtener resultados cualitativos. En estas tablas se identifican las cadenas de búsqueda empleadas y la fecha (29 de julio de 2014) en la que se realizaron las consultas en el buscador *Google*.

En el conjunto de la web, el término “Caminos Naturales” es el que más número de resultados ha obtenido con casi tres cuartos de millón de páginas web; le sigue el término “Vías Verdes” —que se corresponde con los itinerarios construidos sobre plataformas ferroviarias—, con casi cuarto de millón y, finalmente, la cadena “Programa de Caminos Naturales”, con menos de 40.000 resultados¹⁸.

La Tabla 9 recoge la primera de estas consultas relativas a páginas web concretas: las páginas web de los principales diarios impresos de España. Los resultados apuntan a una mayor presencia en los medios del término Camino Natural, seguido del propio Programa de Caminos Naturales. Por otra parte, las consultas ofrecen, generalmente, mayores resultados en aquellos diarios de ámbito regional o local, desde luego resultados más numerosos respecto al número de lectores de estos periódicos.



¹⁸ Las cadenas de búsqueda empleadas en el buscador *Google* para obtener estos resultados son:

intext:"Programa de Caminos Naturales"

intext:"Caminos Naturales"

intext:"Vías Verdes"

TABLA 9 / PRESENCIA DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN: PÁGINAS WEB DE DIARIOS IMPRESOS

Orden de difusión	Diario	Enlaces “Programa de Caminos Naturales”	Enlaces “Caminos Naturales”
1	Marca	0	0
2	El País	1	143
3	As	0	0
4	El Mundo	4	37
5	La Vanguardia	17	71
6	El Mundo Deportivo	0	3
7	La Voz de Galicia	21	89
8	El Periódico	1	70
9	Sport	0	0
10	ABC	41	178
11	El Correo	2	41
12	La Nueva España	2	56
13	Faro de Vigo	3	39
14	Levante	2	21
15	La Razón	9	5
16	El Heraldo de Aragón	4	24
17	El Diario Vasco	5	28
18	Información Alicante	5	12
19	Última Hora	0	0
20	La Verdad	10	102
TOTAL		127	919

Orden de difusión según el Estudio General de Medios: Año Móvil Abril de 2013 a Marzo 2014

Fuente: Elaboración propia a partir de consultas en el buscador *Google* el 29 de julio de 2014. Las cadenas de búsqueda fueron:

intext:“Programa de Caminos Naturales” site:marca.com

intext:“Caminos Naturales” site:marca.com

La Tabla 10 recoge los resultados de las consultas en las páginas web de las principales radios generalistas. En este caso, los resultados son nulos —quizás debido a la naturaleza del medio—.

TABLA 10 / PRESENCIA DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN: PÁGINAS WEB DE PRINCIPALES EMISORAS DE RADIO GENERALISTAS

Orden de difusión	Emisora	Enlaces “Programa de Caminos Naturales”	Enlaces “Caminos Naturales”
1	Ser	0	0
2	Onda Cero	0	0
3	Cope	0	0
4	RNE	0	0
5	Rac 1	0	0
6	Catalunya Radio	0	0
7	Canal Sur Radio	0	0
8	EsRadio	0	0
9	Radio Euskadi	0	0
10	Radio Galega	0	0
TOTAL		0	0

Orden de difusión según el Estudio General de Medios: Año Móvil Abril de 2013 a Marzo 2014

Fuente: Elaboración propia a partir de consultas en el buscador *Google* el 29 de julio de 2014. Las cadenas de búsqueda fueron:

intext:“Programa de Caminos Naturales” site:cadenaser.com

intext:“Caminos Naturales” site:cadenaser.com

La Tabla 11 recoge los resultados relativos a las páginas web de las principales cadenas de televisión. El término Caminos Naturales concentra sus resultados en la página web de Radio Televisión Española; la presencia del término “Programa de Caminos Naturales” es muy escasa.

Por su parte, la Tabla 12 recoge los resultados relativos a sitios de Internet más visitados, entre los que se encuentran también algunos de los sitios de las tablas anteriores. De nuevo, la búsqueda sobre Caminos Naturales es la que más resultados ofrece.

TABLA 11 / PRESENCIA DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN: PÁGINAS WEB DE PRINCIPALES CADENAS DE TELEVISIÓN

Orden de difusión	Cadena	Enlaces "Programa de Caminos Naturales"	Enlaces "Caminos Naturales"
1	Antena 3	0	0
2	Tele 5	4	16
3	La1 y La2	0	1.070
4	La Sexta	0	0
5	Cuatro	0	0
6	Canal Sur	0	8
8	TV3	0	0
9	TVG	0	0
10	8TV	0	0
11	Etb2 y Etb1	0	1
12	Telemadrid	0	0
13	TVCan	0	0
14	CMT	0	0
15	Aragón TV	1	4
16	Tpa	0	4
17	Canal Extremadura	0	0
18	Ib3	0	0
19	CyL TV	3	5
TOTAL		8	1.108

Orden de difusión según el Estudio General de Medios: Año Móvil Abril de 2013 a Marzo 2014

Fuente: Elaboración propia a partir de consultas en el buscador *Google* el 29 de julio de 2014. Las cadenas de búsqueda fueron:

intext:"Programa de Caminos Naturales" site:antena3.com

intext:"Caminos Naturales" site:antena3.com

TABLA 12 / PRESENCIA DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN: SITIOS DE INTERNET

Orden de difusión	Sitio	Enlaces "Programa de Caminos Naturales"	Enlaces "Caminos Naturales"
1	YouTube	2	5.480
2	Marca	0	0
3	El País	1	143
4	Antena3tv	0	0
5	As	0	0
6	Rtve.es	0	1.070
7	Loteríasypuestas.es	0	0
8	Lasexta.com	0	0
9	20minutos.es	56	351
10	Europafm.com	0	0
11	Abc	41	517
12	Sport	0	0
13	La Vanguardia	17	76
14	El Mundo Deportivo	0	3
15	El Periódico	1	70
16	Larazon.es	0	5
17	Eleconomista.es	446	7.630
18	El Jueves	0	0
19	Expansión	0	5
20	Lavozdegalicia.es	22	89
TOTAL		586	15.439

Orden de difusión según el Estudio General de Medios: Año Móvil Abril de 2013 a Marzo 2014

Fuente: Elaboración propia a partir de consultas en el buscador *Google* el 29 de julio de 2014. Las cadenas de búsqueda fueron:

intext:"Programa de Caminos Naturales" site:youtube.com

intext:"Caminos Naturales" site:youtube.com

Finalmente, en la Tabla 13 se recogen los resultados relativos a redes sociales, donde *Facebook* acapara prácticamente todos los resultados y, de nuevo, son los Caminos Naturales los que mayor presencia tienen en las mismas.

TABLA 13 / PRESENCIA DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN REDES SOCIALES

Red Social	Enlaces “Programa de Caminos Naturales”	Enlaces “Caminos Naturales”
Facebook España	42	10.300
MySpace	0	0
Tuenti	0	0
Fotolog	1	9
Twitter España	0	0
Hi5	0	0
Netlog	0	0
Ning España	0	0
TOTAL	43	10.309

Fuente: Elaboración propia a partir de consultas en el buscador *Google* el 29 de julio de 2014. Las cadenas de búsqueda fueron:

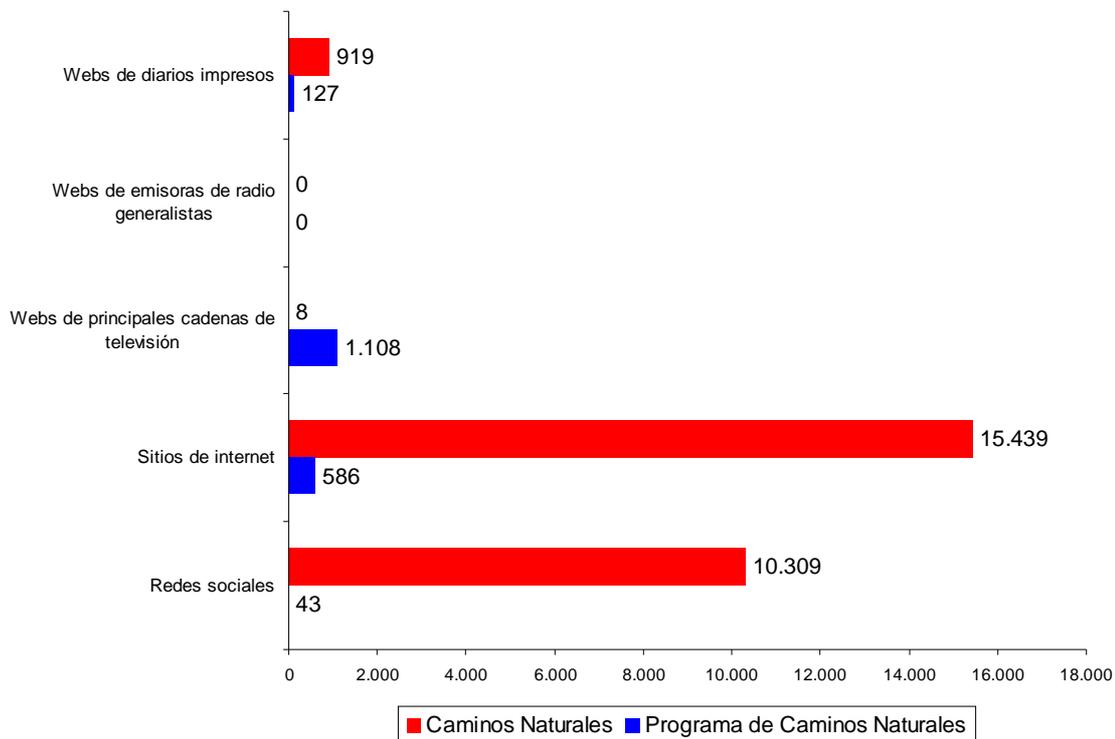
intext:“Programa de Caminos Naturales” site:facebook.com

intext:“Caminos Naturales” site:facebook.com

El Gráfico 41 recopila los resultados totales de las Tablas 9 a 13: los Caminos Naturales tienen mucha más presencia en estos medios de comunicación y redes sociales que el propio Programa.



GRÁFICO 41 / PRESENCIA DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES



Fuente: Elaboración propia a partir de consultas en el buscador *Google* el 29 de julio de 2014.

Por último, se han realizado unas consultas en *Google*, siguiendo este mismo esquema, buscando las mismas palabras clave en páginas web de instituciones públicas, ya sean de la Administración General del Estado (ver Tabla 14) o de las administraciones autonómicas (ver Tabla 15).

TABLA 14 / PRESENCIA DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN PÁGINAS WEB DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO

Organismo	Enlaces "Programa de Caminos Naturales"	Enlaces "Caminos Naturales"
La Moncloa	0	1
Ministerio de la Presidencia	1	5
Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación	0	0
Ministerio de Justicia	0	0
Ministerio de Defensa	0	1
Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas	104	287
Ministerio del Interior	0	1
Ministerio de Fomento	0	0
Ministerio de Educación, Cultura y Deporte	0	1
Ministerio de Empleo y Seguridad Social	0	1
Ministerio de Industria, Energía y Turismo	0	0
Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente	127	1.160
Ministerio de Economía y Competitividad	0	0
Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad	0	1
Secretaría de Estado de Administraciones Públicas	133	35
Secretaría de Estado de Presupuestos y Gastos	1	3
Marca España	0	0
TOTAL	366	1.496

Fuente: Elaboración propia a partir de consultas en el buscador *Google* el 29 de julio de 2014. Las cadenas de búsqueda fueron:

intext:"Programa de Caminos Naturales" site:*.mjusticiagob.es

intext:"Caminos Naturales" site:*.mjusticiagob.es

TABLA 15 / PRESENCIA DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN PÁGINAS WEB DE LAS ADMINISTRACIONES AUTONÓMICAS

Organismo	Enlaces "Programa de Caminos Naturales"	Enlaces "Caminos Naturales"
País Vasco o Euskadi	0	7
Cataluña	6	14
Galicia	0	7
Andalucía	1	24
Principado de Asturias	2	3
Cantabria	1	1
La Rioja	2	2
Región de Murcia	0	3
Comunidad Valenciana	1	9
Aragón	0	19
Castilla – La Mancha	0	0
Canarias	0	2
Comunidad Foral de Navarra	0	15
Extremadura	1	9
Illes Balears	0	0
Comunidad de Madrid	0	67
Castilla y León	0	8
Ceuta	0	0
Melilla	0	0
TOTAL	14	190

Fuente: Elaboración propia a partir de consultas en el buscador *Google* el 29 de julio de 2014. Las cadenas de búsqueda fueron:

intext:"Programa de Caminos Naturales" site:*.xunta.es

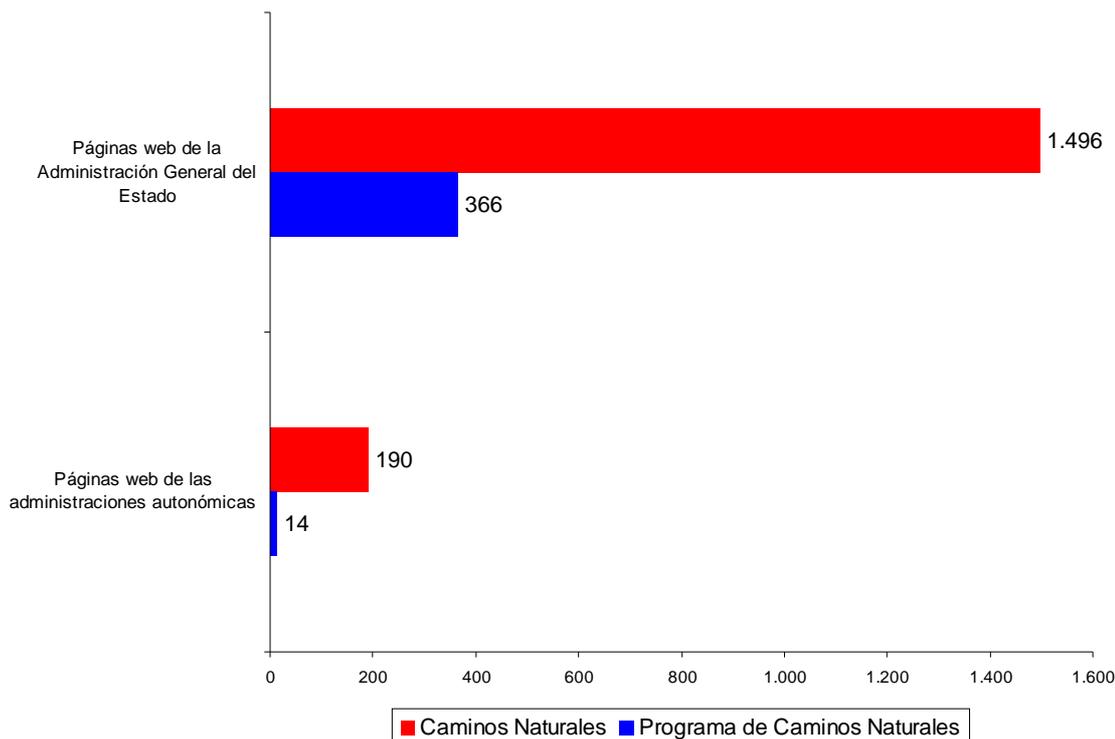
intext:"Caminos Naturales" site:*.xunta.es

El Programa de Caminos Naturales aparece en 142 páginas web gubernamentales, en este caso pertenecientes a la Administración General del Estado; este número asciende a 1.210

empleando las palabras Caminos Naturales y desciende a 369 en el caso de los itinerarios contruidos sobre plataformas ferroviarias (Vías Verdes)¹⁹.

El Gráfico 42 recopila los datos totales de las Tablas 14 y 15: en las páginas web de la Administración General del Estado la consulta sobre Caminos Naturales es la que más resultados ha obtenido.

GRÁFICO 42 / PRESENCIA DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES EN PÁGINAS WEB DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO Y DE LAS ADMINISTRACIONES AUTONÓMICAS



Fuente: Elaboración propia a partir de consultas en el buscador *Google* el 29 de julio de 2014.

¹⁹ Las cadenas de búsqueda empleadas en buscador *Google* para obtener estos resultados son:

intext:"Programa de Caminos Naturales" site:*.gob.es

intext:"Caminos Naturales" site:*.gob.es

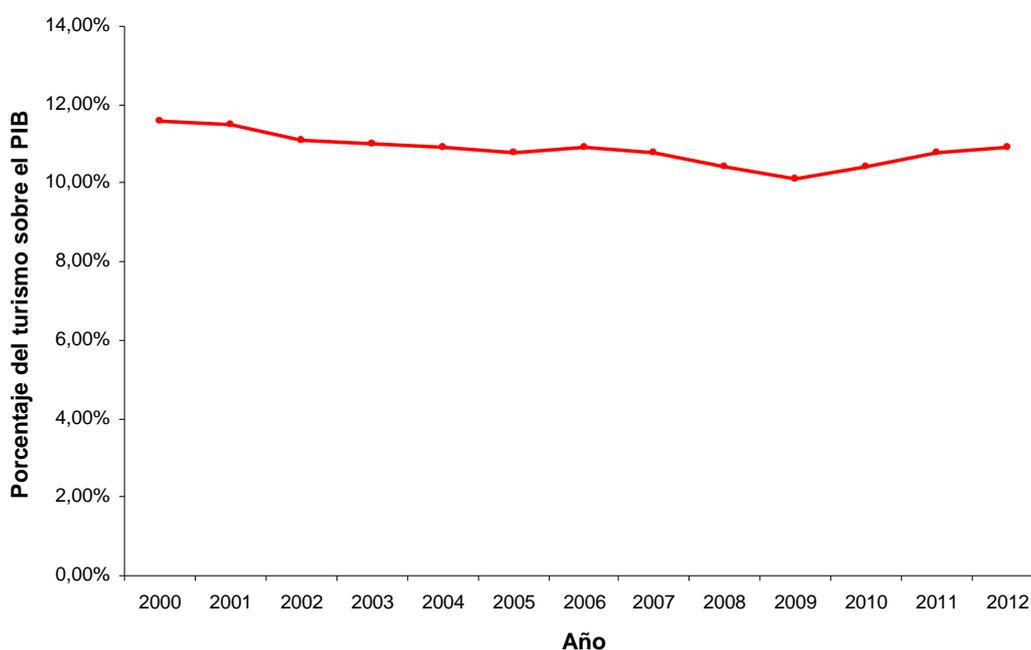
intext:"Vías Verdes" site:*.gob.es

2.5 Potencial y desarrollo del Programa de Caminos Naturales como activo para el crecimiento económico y la diversificación de la economía del medio rural

2.5.1 El mercado del senderismo y del cicloturismo en España: situación actual y potencial

El sector turístico es uno de los sectores económicos más importantes de España, con una contribución al Producto Interior Bruto nacional que no ha bajado del 10% en, al menos, los últimos tres lustros (ver Gráfico 43).

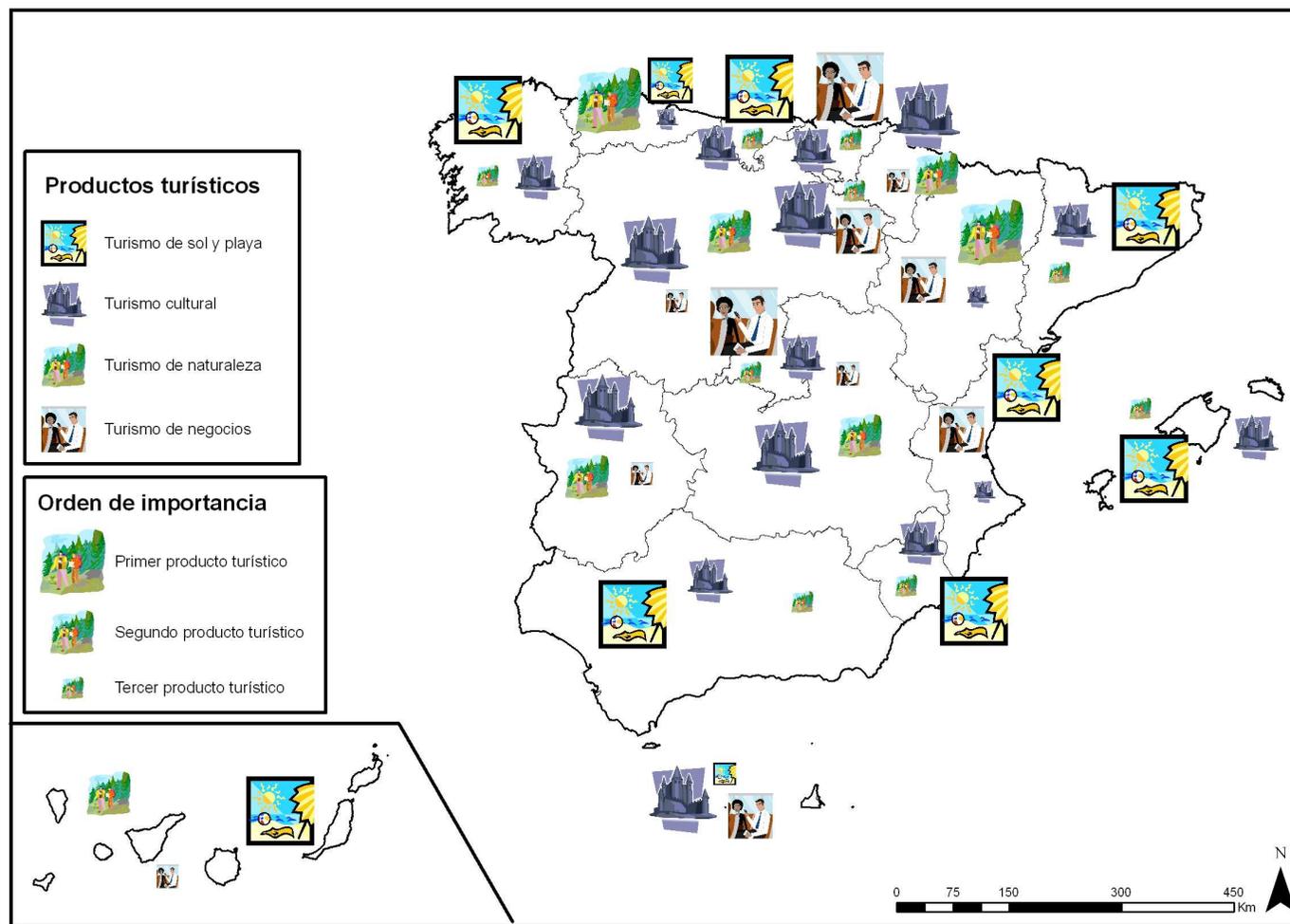
GRÁFICO 43 / PARTICIPACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB) DE ESPAÑA



Fuente: Elaboración propia a partir de las Cuentas Satélite del Turismo de España del Instituto Nacional de Estadística (INE)

Tal y como se ilustra en la Figura 2, los principales productos turísticos de España son el turismo de sol y playa, el turismo cultural, el turismo de naturaleza y el turismo de negocios.

FIGURA 2 / PRINCIPALES PRODUCTOS TURÍSTICOS POR COMUNIDAD Y CIUDAD AUTÓNOMA*



* Datos agregados para las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla

Fuente: Elaboración propia a partir de Secretaría General de Turismo (2004)

Según se recoge en el Real Decreto 416/2014, de 6 de junio, por el que se aprueba el Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad 2014-2020, el turismo de sol y playa es el más extendido en nuestro país, acaparando el 66% de los ingresos y de las estancias/pernoctaciones del conjunto del mercado turístico español.

Por su parte, el turismo cultural es muy relevante en gran parte del interior del país: en Castilla – La Mancha, Castilla y León, Extremadura, La Rioja, C.F. de Navarra, Ceuta y Melilla es el producto turístico mayoritario. En otras muchas comunidades autónomas, el turismo cultural se configura como el segundo producto turístico.

Por su parte, el turismo de naturaleza representa casi un 6% de los ingresos y de las estancias/pernoctaciones del conjunto del mercado turístico español. Es el principal producto turístico en el Principado de Asturias y Aragón, apareciendo como segundo o tercer producto turístico en el resto de las comunidades autónomas, salvo en la Comunidad Valenciana.

Según la Secretaría General de Turismo²⁰, el turismo de naturaleza es aquel que tiene como principales motivaciones la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza, con diferente grado de profundidad y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen expresamente los recursos naturales de forma específica, sin degradarlos o agotarlos.

El turismo de naturaleza comprende una serie de actividades muy numerosas y variadas, desde las más activas (práctica de deportes en la naturaleza) a las más relajadas (picnic, baño), actividades terrestres, acuáticas e incluso aéreas, etc.; la Figura 3 recoge las actividades de turismo de naturaleza más comunes en España.

En coherencia con lo apuntado por la *Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010*, el senderismo es la actividad más común entre los turistas de naturaleza, seguida del ciclismo. El senderismo es también la actividad más común del denominado turismo de montaña, que también puede incluirse claramente entre el denominado turismo de naturaleza²¹.

²⁰ Secretaría General de Turismo (2004)

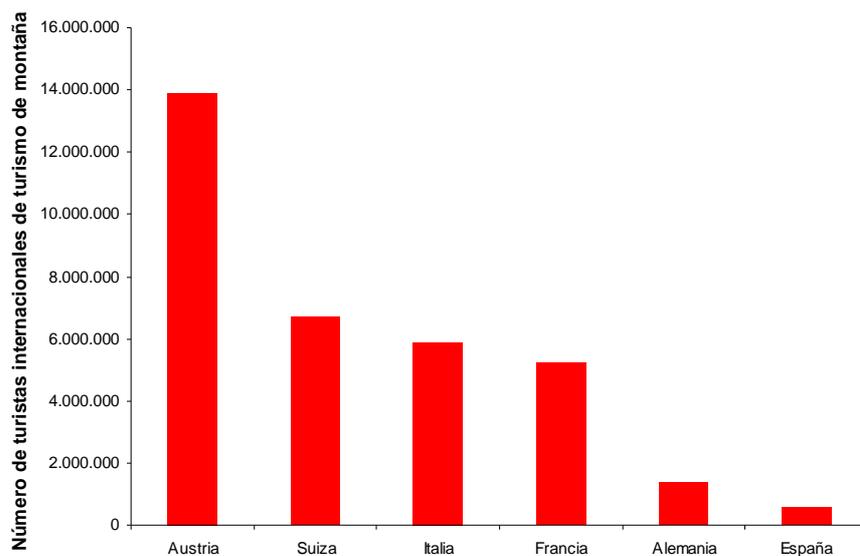
²¹ Instituto de Turismo de España (2007)

A pesar de que no existen estadísticas sobre el mercado del turismo de naturaleza en España, distintos indicadores (pernoctaciones en alojamientos rurales, visitas a espacios naturales protegidos, evolución de las licencias federativas) apuntan a un importante papel de este tipo de turismo, con el potencial de mejorar el posicionamiento y la competitividad turística de España en su conjunto. Aunque la práctica del turismo de naturaleza en sí mismo puede atraer a un número limitado de turistas, la existencia de una gran variedad de actividades es un elemento diferencial y competitivo para el conjunto del sector turístico, con relación a otros destinos alternativos²².

El Real Decreto 416/2014 afirma que el turismo de naturaleza es un sector de tendencia creciente en la actualidad, habiendo crecido en los últimos años en tasas superiores a las del turismo convencional.

De forma adicional, el papel del senderismo y de otras actividades que se desarrollan en los senderos señalizados (ciclismo, principalmente) como dinamizador del sector turístico en España no se refiere únicamente al mercado interior, sino también a su potencial de atracción de turistas internacionales.

GRÁFICO 44 / VOLUMEN DE DEMANDA INTERNACIONAL DE TURISMO DE MONTAÑA POR PAÍSES RECEPTORES



Fuente: Instituto de Turismo de España (2007)

²² Secretaría General de Turismo (2004)

El turismo de montaña absorbe una elevada cantidad de turistas en algunos países europeos, destacando Austria con un volumen de demanda de 14 millones. Los principales mercados europeos emisores de turismo activo son Alemania, Países Bajos y Francia²³.

El Gráfico 45 muestra el potencial internacional en España de distintas actividades incluidas dentro del concepto de turismo de montaña, representándose dicho potencial mediante el tamaño de la letra. El Gráfico 46 abunda en esta misma idea.

GRÁFICO 45 / POTENCIAL INTERNACIONAL DEL TURISMO DE MONTAÑA EN ESPAÑA



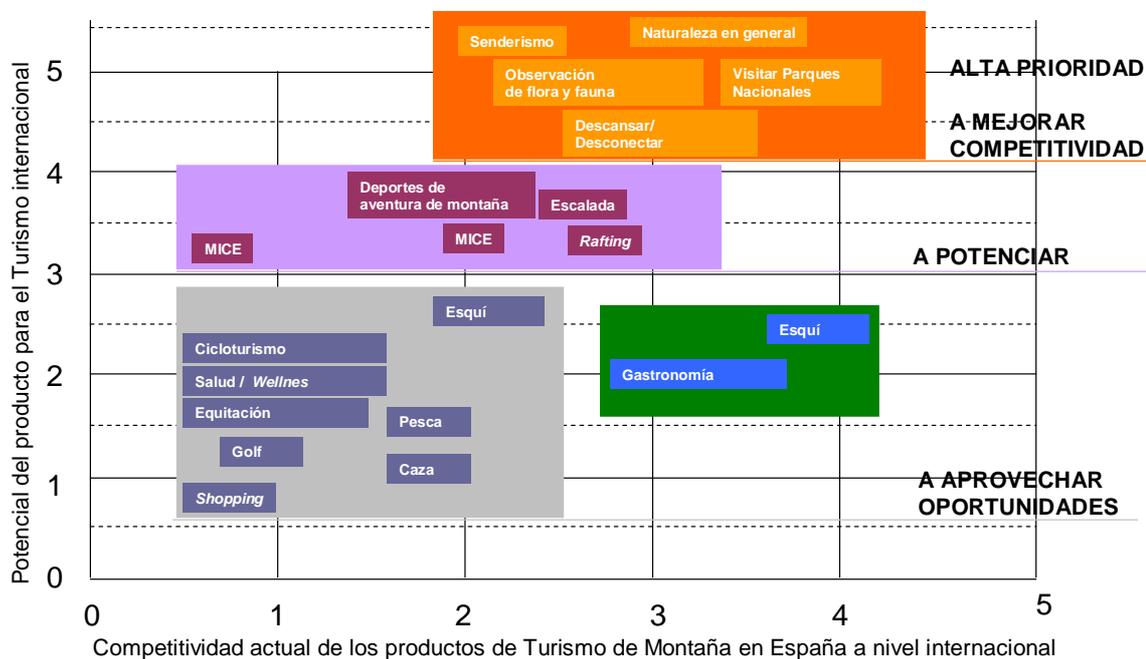
MICE: turismo de negocios, eventos, convenciones e incentivos

BTT: bicicleta de montaña

Fuente: Instituto de Turismo de España (2007)

²³ Secretaría General de Turismo (2004)

GRÁFICO 46 / ESTRATEGIA DEL PRODUCTO “TURISMO DE MONTAÑA EN ESPAÑA”



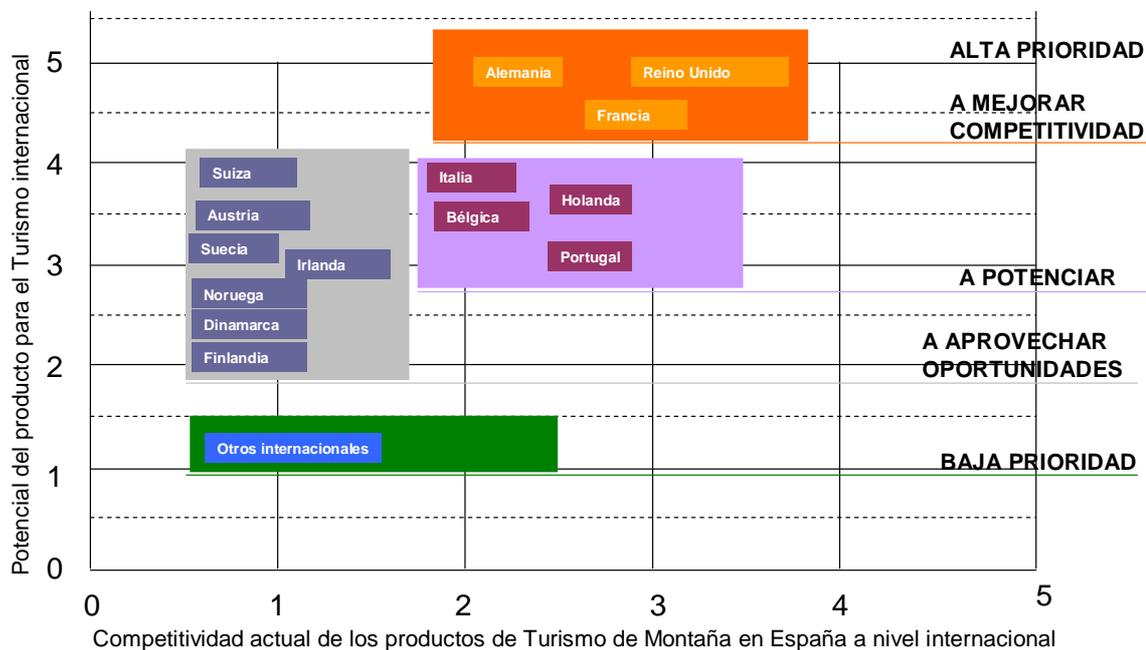
MICE: turismo de negocios, eventos, convenciones e incentivos

Fuente: Instituto de Turismo de España (2007)

En definitiva, el turismo de naturaleza y el senderismo son los productos turísticos de montaña con mayor potencial internacional en España, cuyo aprovechamiento pasa por la mejora de la competitividad de los productos turísticos ofertados. El cicloturismo y la equitación, otras actividades que pueden realizarse en senderos señalizados además del senderismo, pueden tener un potencial relevante siquiera de forma puntual, en localizaciones concretas: la mejora de la competitividad es el principal instrumento para el aprovechamiento de estas oportunidades.

El Gráfico 47 caracteriza a los distintos mercados turísticos internacionales según su interés para el producto turístico del turismo de montaña ofrecido por España.

GRÁFICO 47 / ESTRATEGIA DE MERCADO “TURISMO DE MONTAÑA EN ESPAÑA”



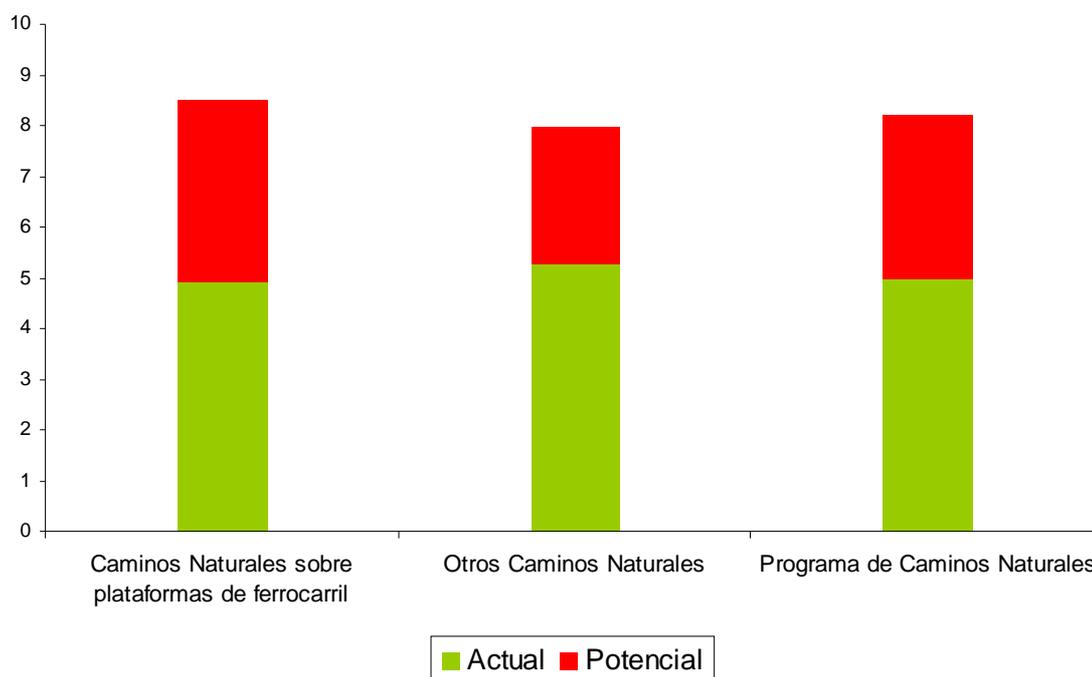
Fuente: Instituto de Turismo de España (2007)

Alemania, Reino Unido y Francia son los países prioritarios para el mercado internacional del turismo de montaña en España. España ha de centrar sus estrategias de mercado en relación con el turismo de montaña en países europeos.

Este potencial del turismo de montaña o del turismo de naturaleza —o del senderismo, como principal actividad de ambos tipos de turismo, y del ciclismo— es percibido por los promotores de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales.



GRÁFICO 48 / VALORACIÓN DE LOS PROMOTORES RESPECTO AL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DE LOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

Los promotores de las infraestructuras incluidas en el Programa manifiestan un volumen de aprovechamiento turístico de alrededor de 5 (en una escala de 0 a 10), con un potencial que rondaría el 8 sobre la misma escala. Los promotores de Caminos Naturales construidos sobre plataformas ferroviarias manifiestan un potencial ligeramente superior a los promotores del resto de Caminos Naturales.

Este grado de aprovechamiento turístico actual y potencial puede ser muy diferente según el itinerario: el Gráfico 49 muestra la valoración de este aspecto para distintos itinerarios incluidos en el Programa de Caminos Naturales. Prácticamente todos los promotores perciben un potencial crecimiento del aprovechamiento turístico en sus itinerarios, independientemente del grado que dicho crecimiento pueda alcanzar. El Camino Natural de la Vía Verde de la Campiña Cordobesa (Écija), el de las Rutas Ecológicas del Río Catoira y el de Las Sendas en Ábalo son las infraestructuras cuyos promotores manifiestan el mayor crecimiento del grado de aprovechamiento turístico.

El promotor del Camino Natural de Villaescusa ha manifestado un grado de aprovechamiento turístico potencial menor al actual.

GRÁFICO 49 / VALORACIÓN DE LOS PROMOTORES DE ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES RESPECTO AL GRADO DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO

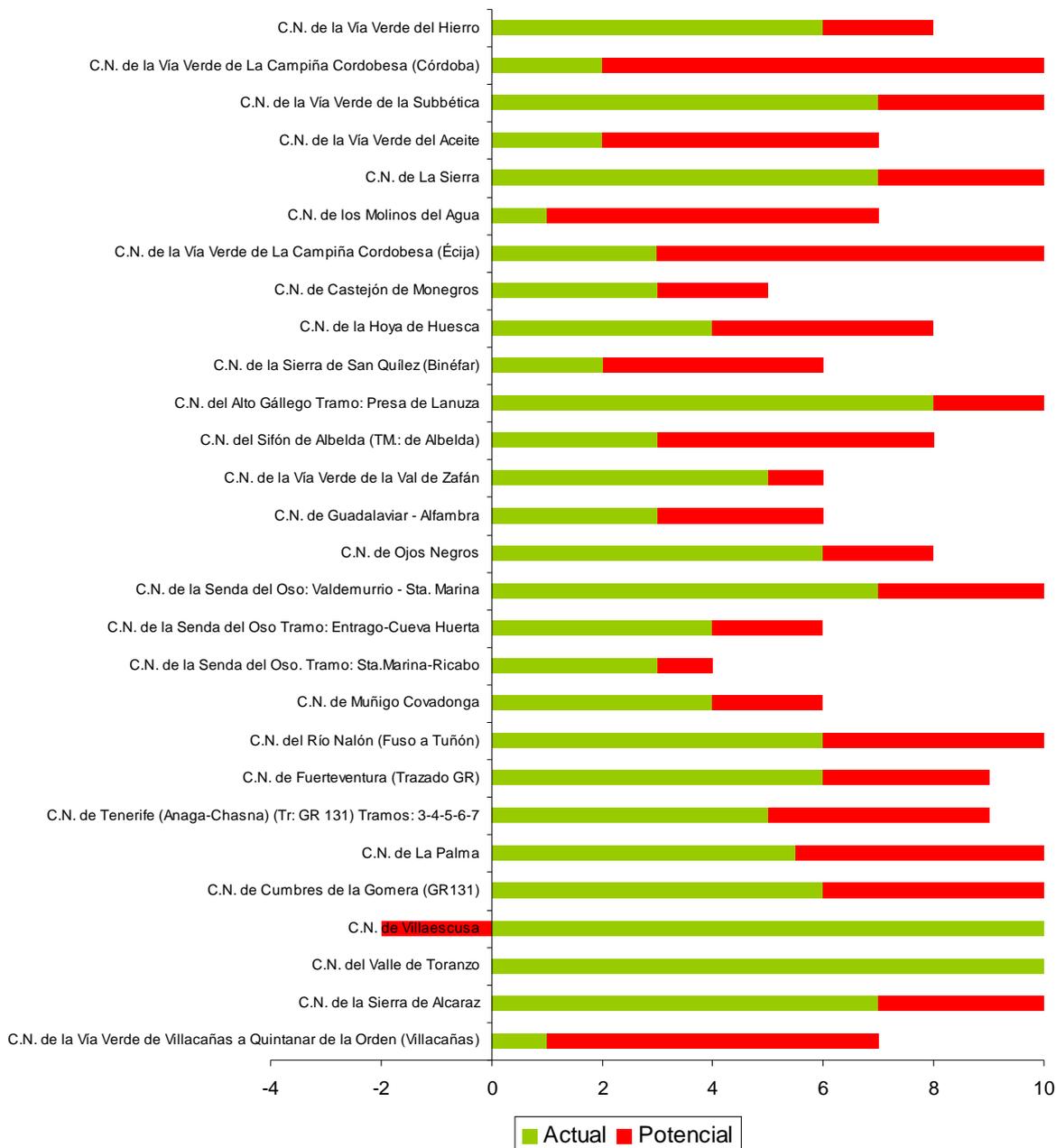
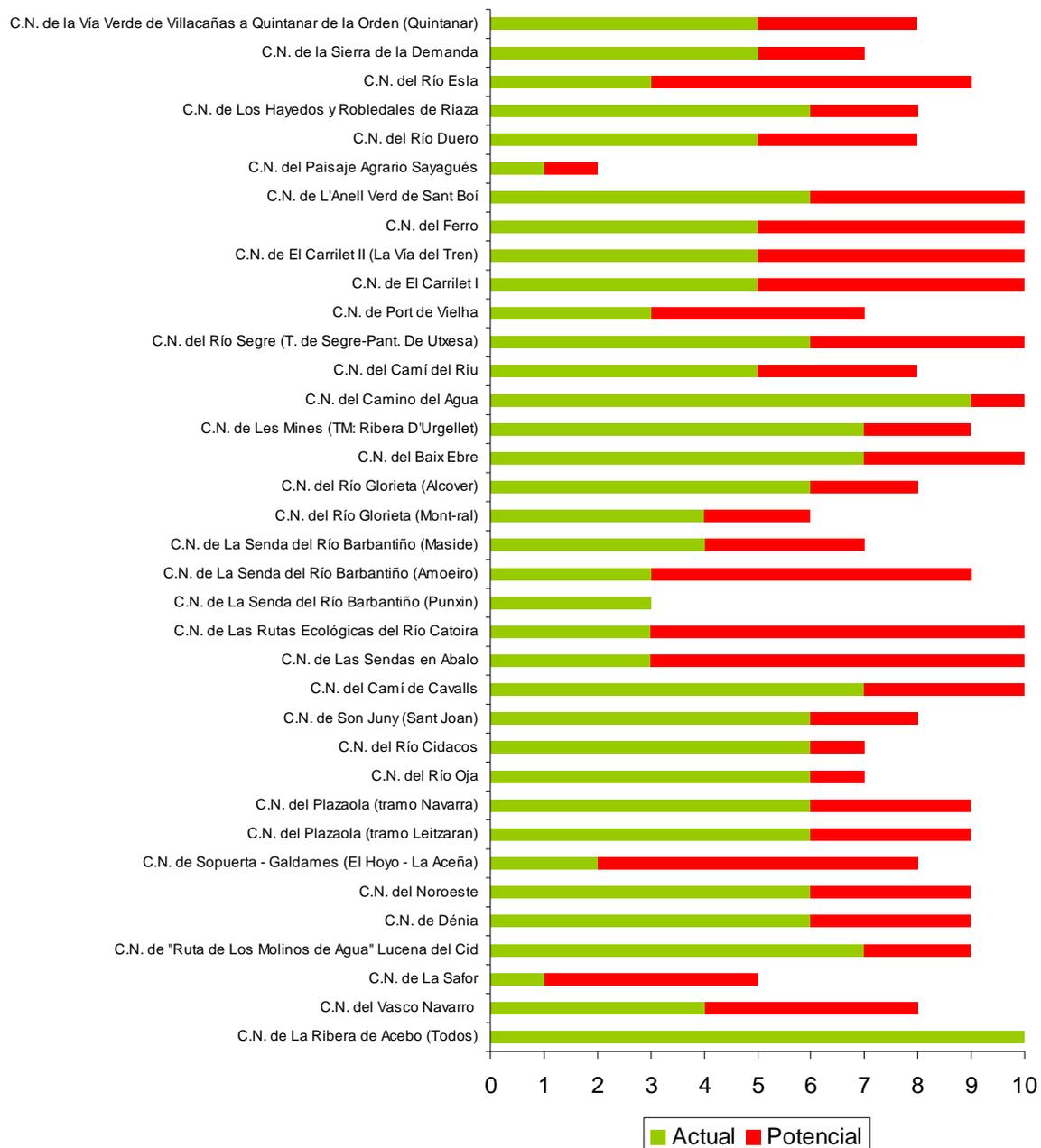


GRÁFICO 49 / VALORACIÓN DE LOS PROMOTORES DE ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES RESPECTO AL GRADO DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO (CONTINUACIÓN)



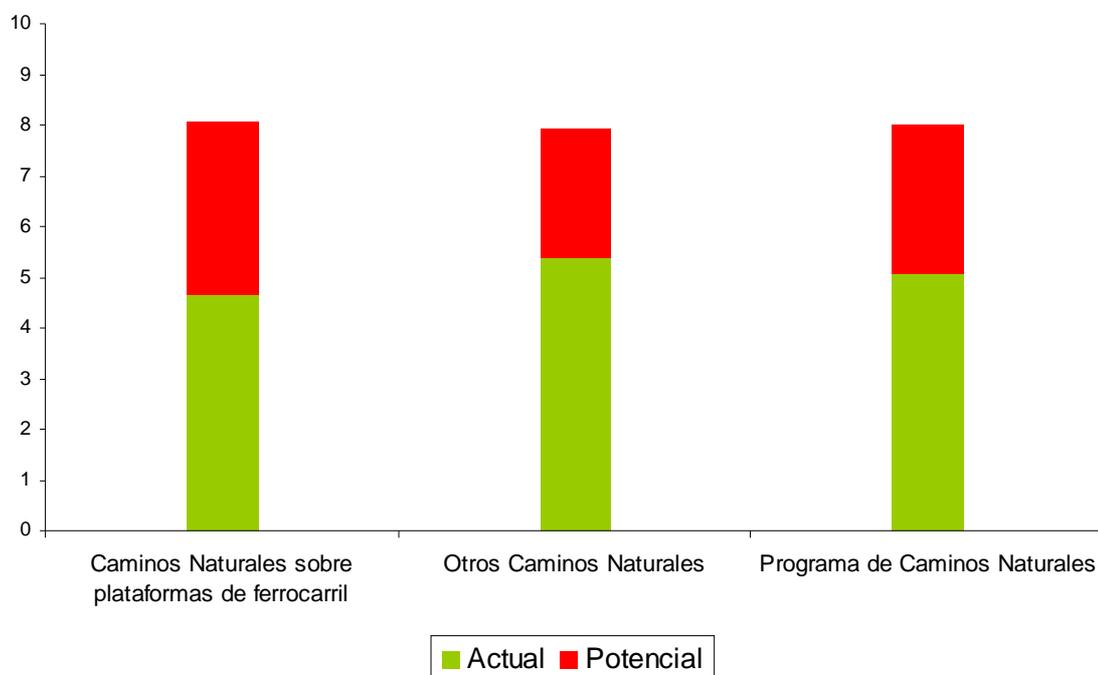
* El promotor del Camino Natural de Villaescusa ha manifestado un grado de aprovechamiento turístico potencial menor al actual

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

El grado de aprovechamiento turístico podría descomponerse, al menos, en dos aspectos: el volumen de turistas que las infraestructuras atraen y el volumen de empresas de turismo activo cuyo volumen de negocio se explica por la existencia de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales.

El Gráfico 50 muestra una valoración del primero de estos componentes: el volumen de turistas atraídos por las infraestructuras del Programa.

GRÁFICO 50 / VALORACIÓN DE LOS PROMOTORES RESPECTO AL VOLUMEN DE TURISTAS ATRAÍDOS POR LOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

De nuevo, los promotores de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales manifiestan un crecimiento potencial del volumen de turistas atraídos por las infraestructuras: este potencial de crecimiento es ligeramente superior en los Caminos Naturales construidos sobre plataformas de ferrocarril que en el resto de los Caminos Naturales.

Este crecimiento del volumen de turistas tiene también muy distinto potencial según los itinerarios. De nuevo, el Camino Natural de la Vía Verde de la Campiña Cordobesa (Écija) posee el máximo potencial de crecimiento, junto con el Camino Natural de la Senda del Río Barbantiño a su paso por el municipio de Amoeiro.

Al igual que en el caso del grado de aprovechamiento turístico, el promotor del Camino Natural de Villaescusa ha manifestado un volumen potencial de turistas atraídos por la infraestructura menor al actual.

GRÁFICO 51 / VALORACIÓN DE LOS PROMOTORES DE ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES RESPECTO AL VOLUMEN DE TURISTAS QUE ACUDEN A LAS INFRAESTRUCTURAS

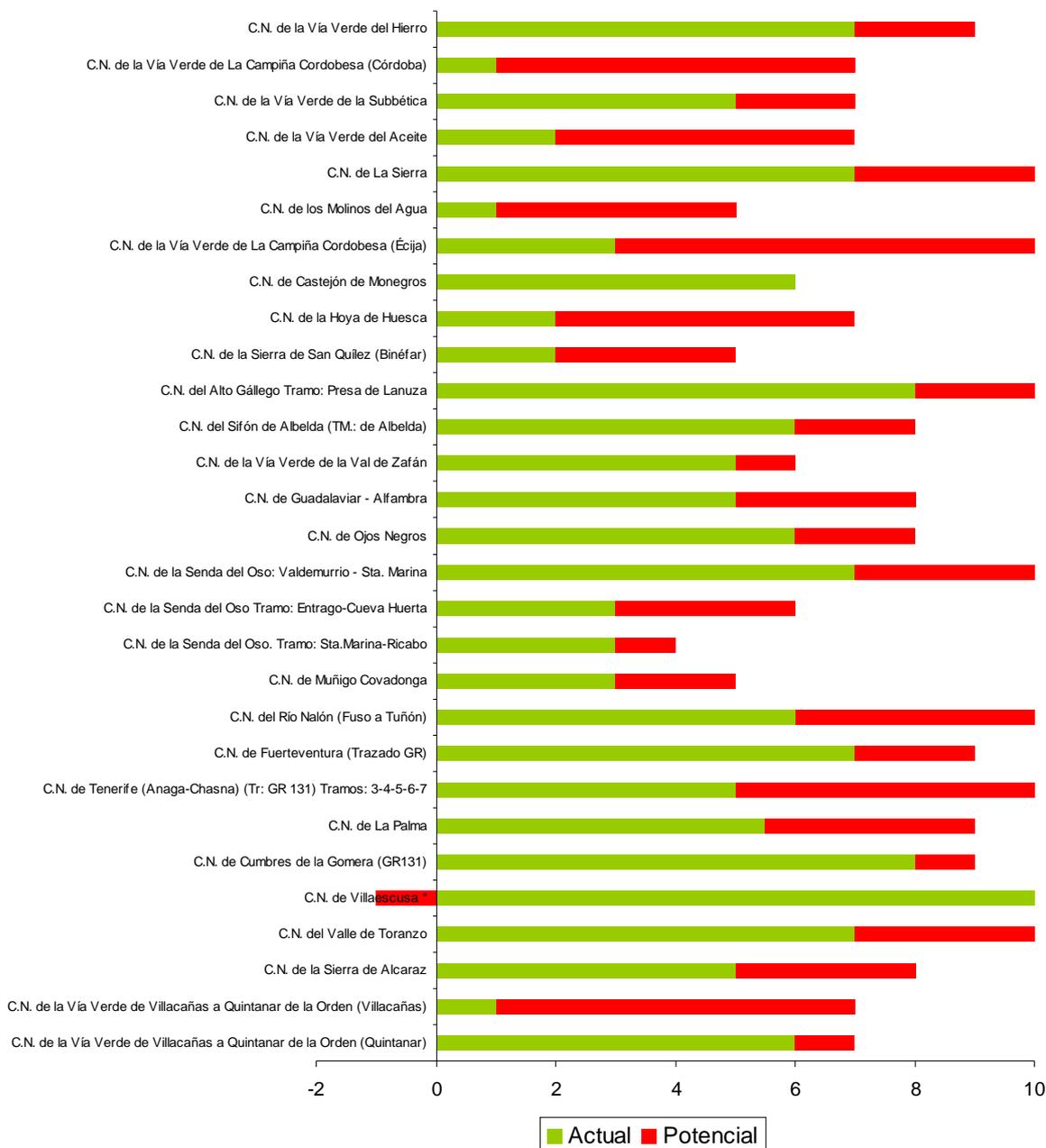
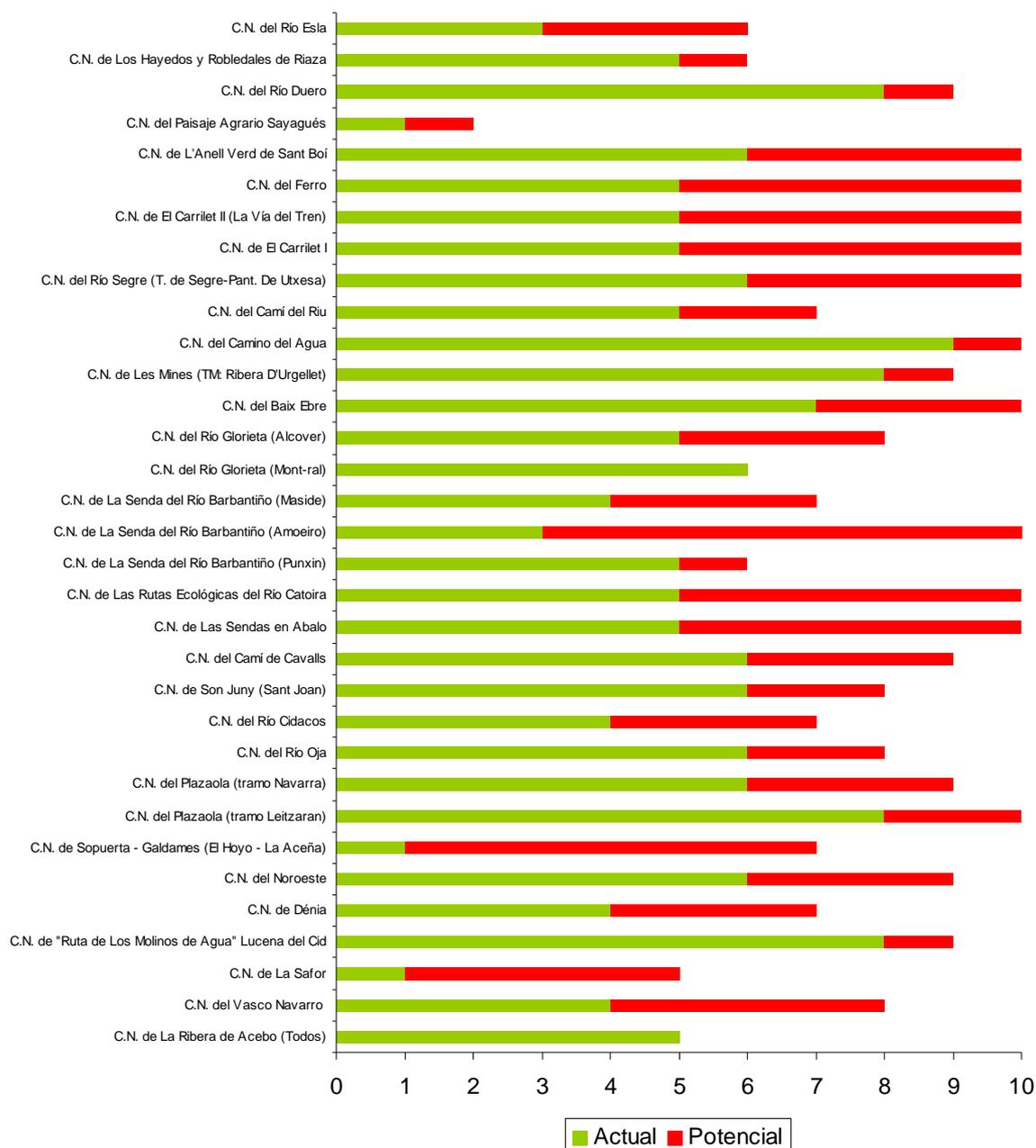


GRÁFICO 51 / VALORACIÓN DE LOS PROMOTORES DE ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES RESPECTO AL VOLUMEN DE TURISTAS QUE ACUDEN A LAS INFRAESTRUCTURAS (CONTINUACIÓN)

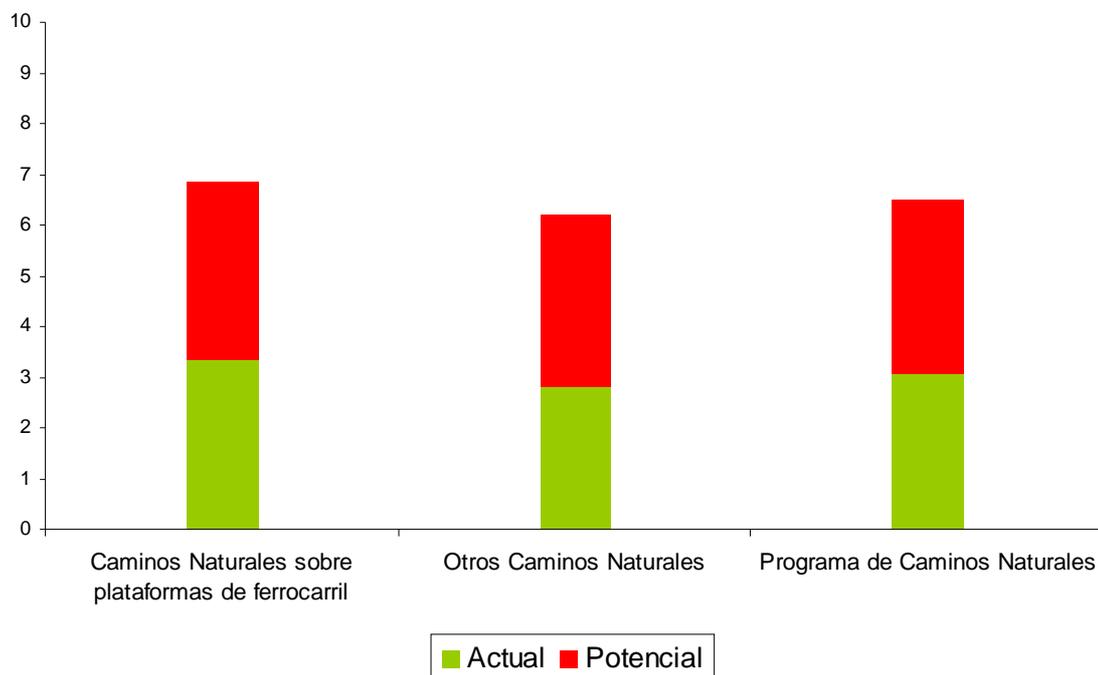


* El promotor del Camino Natural de Villaescusa ha manifestado un volumen de turistas potencial menor al actual

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

Por su parte, el potencial de crecimiento del volumen de empresas de turismo activo que operan en los itinerarios del Programa de Caminos Naturales, aun existiendo, es algo menor, de nuevo según los promotores, que el volumen de turistas o que el grado de aprovechamiento turístico en general.

GRÁFICO 52 / VALORACIÓN DE LOS PROMOTORES RESPECTO AL VOLUMEN DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO QUE OPERAN EN LOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES



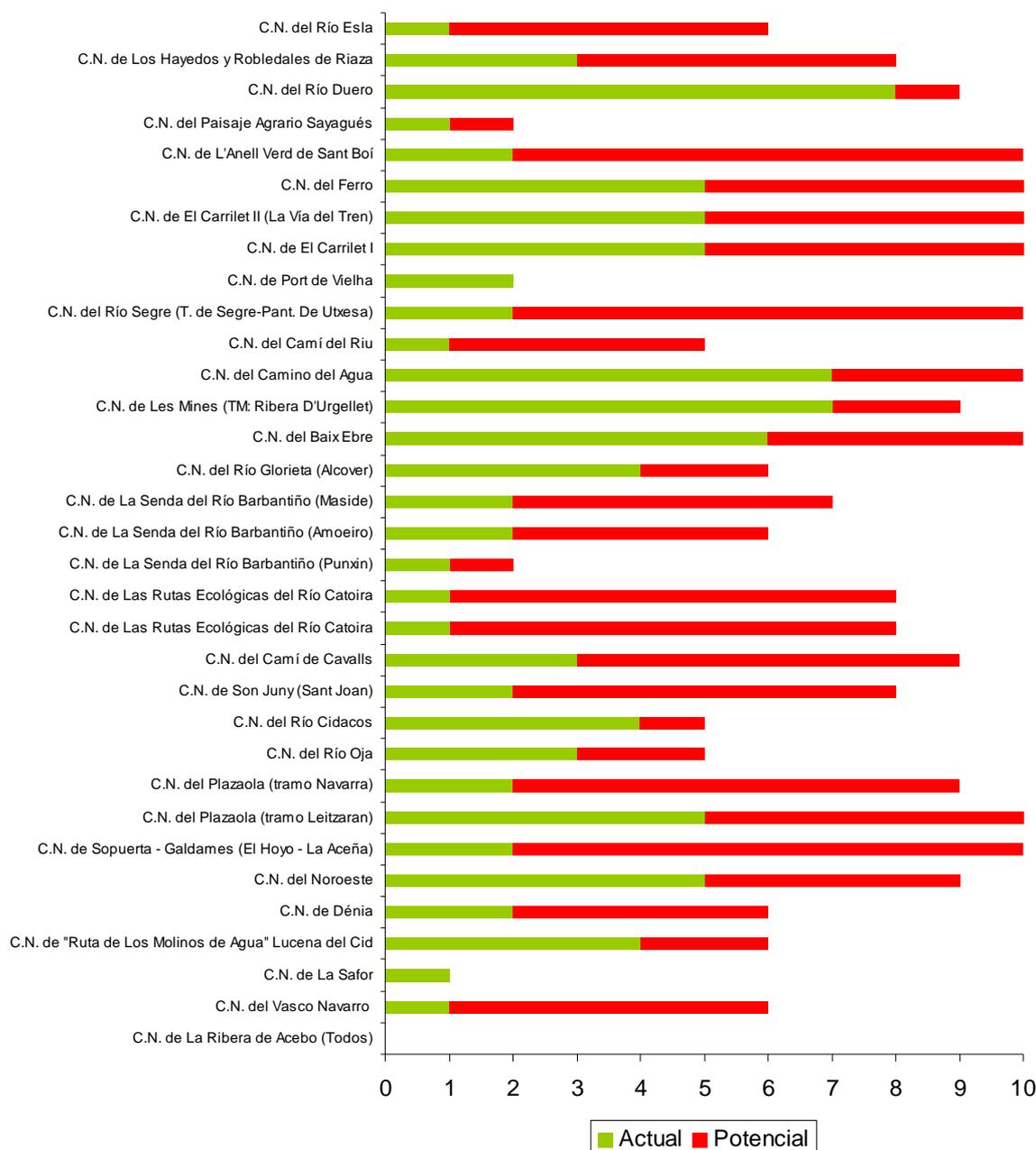
Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

A pesar de este menor potencial de crecimiento del volumen de empresas de turismo activo que operan en los itinerarios del Programa, en algunas infraestructuras el crecimiento es máximo, como ocurre en el Camino Natural del Alto Gállego: Presa de Lanuza o en el Camino Natural de L'Anell Verd de Sant Boí.

GRÁFICO 53 / VALORACIÓN DE LOS PROMOTORES DE ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES RESPECTO AL VOLUMEN EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO QUE OPERAN EN LAS INFRAESTRUCTURAS



GRÁFICO 53 / VALORACIÓN DE LOS PROMOTORES DE ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES RESPECTO AL VOLUMEN EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO QUE OPERAN EN LAS INFRAESTRUCTURAS (CONTINUACIÓN)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

En definitiva, los promotores de los itinerarios incluidos en el Programa de Caminos Naturales reconocen la existencia de crecimiento potencial del aprovechamiento turístico de las infraestructuras. En general, los promotores reconocen menor potencial de creación de empresas de turismo activo que de atracción de visitantes o de aprovechamiento turístico en su sentido más amplio.

Este potencial turístico de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales, del que los propios promotores advierten, hace que estas infraestructuras contribuyan al desarrollo rural, no solo generando actividad económica en el territorio sino contribuyendo a la diversificación económica del medio rural.

2.5.2 Elementos y herramientas para desarrollar el mercado del senderismo y del ciclismo recreativo en naturaleza en España

Una vez establecido y reconocido el potencial, ya sea para el turismo residente como para el extranjero, del turismo de naturaleza y de actividades relacionadas como el senderismo o el ciclismo, resulta conveniente conocer y analizar al menos algunas herramientas útiles y existentes para el desarrollo de este tipo de turismo y proponer un potencial encaje del Programa de Caminos Naturales en las mismas.

2.5.2.1 Activos y herramientas para desarrollar este mercado en España

El potencial y auge del turismo de naturaleza, el interés por una oferta turística menos centrada en el turismo de sol y playa —y, por tanto, más diversificada y menos estacional— y la necesidad de garantizar la conservación de la naturaleza —potencialmente amenazada por el crecimiento de la actividad turística en el medio natural— ha impulsado la creación de instrumentos de planificación nacidos con el objetivo de compatibilizar el turismo de naturaleza y la conservación del medio natural.

El Real Decreto 416/2014, de 6 de junio, por el que se aprueba el Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad 2014-2020, es el más reciente de estos instrumentos. Se plantea como objetivo prioritario centrar el foco de atracción para el turismo de naturaleza en espacios protegidos, con especial énfasis en la Red Natura 2000.

España es el país de la Unión Europea que mayor superficie terrestre aporta al conjunto de la Red Natura 2000: según el *Natura 2000 Barometer*, en su edición de diciembre de 2013, la Red Natura 2000 terrestre de España se extiende por unos 137.400 km², lo que supone más del 17% del conjunto de la Red terrestre en Europa. Un 27% del territorio nacional se encuentra bajo esta figura de protección.

Sin embargo, y tal y como reconoce el Real Decreto 416/2004 anteriormente citado, actualmente la Red Natura 2000 en España no constituye en sí misma un producto turístico de interés, a pesar de extenderse por un territorio tan amplio y que cobija a espacios con importantes valores naturales.

Las infraestructuras incluidas dentro del Programa discurren por espacios protegidos, por lo que podrían constituirse en un elemento relevante dentro de un marco general de promoción del turismo de naturaleza. La Tabla 16 muestra la longitud de trayectos de los itinerarios incluidos en el Programa de Caminos Naturales que discurren por territorio con distintas figuras de protección, mientras que el Gráfico 54 muestra la proporción de cada itinerario incluido o no dentro de estas figuras de protección.

Casi el 60% (58%) de la red de itinerarios del Programa discurre por territorio protegido. Las cifras son muy diferentes entre Caminos Naturales construidos sobre plataformas de ferrocarril y otros Caminos Naturales: el 63% de los segundos discurre por territorio protegido, mientras que este porcentaje se queda únicamente en el 26% en el caso de los itinerarios construidos sobre plataformas ferroviarias.

Estas cifras se reducen significativamente en el caso de la Red Natura 2000: el 34% de la red discurre por territorio protegido bajo la figura de la Red Natura 2000. Este porcentaje es del 14% en los itinerarios construidos sobre plataformas de ferrocarril y del 37% en el caso del resto de Caminos Naturales.

La señal que se envía a la sociedad respecto a los valores naturales que alberga determinado territorio por el simple hecho de ser declarado espacio protegido hace que dicha declaración atraiga a visitantes. De esta forma, el valor añadido de los itinerarios se refuerza cuando existe una conexión eficiente con los espacios naturales protegidos²⁴, en tanto en cuanto se configuran o tienen el potencial de configurarse como infraestructuras para el disfrute de la naturaleza.



²⁴ Nasarre (2012)

TABLA 16 / INFRAESTRUCTURAS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES QUE DISCURREN POR DISTINTOS TIPOS DE ESPACIOS PROTEGIDOS

Tipo de espacio protegido	Longitud de CN sobre plataformas de ferrocarril (km)	Longitud de Otros Caminos Naturales (km)
Lugares de Interés Comunitario (LIC)	135,63	2.510,73
Zona de Especial Protección para las Aves (ZEPAS)	117,62	2.002,66
Zona de Especial Conservación de Importancia Comunitaria	5,85	3,09
Zona de Especial Protección de los Valores Naturales	0	12,97
Zona de Interés Regional	0	109,82
Zona de la Red Ecológica Europea Natura 2000	0	24,40
Espacios protegidos Red Natura 2000	167,22	2.785,96
Parque Nacional	0	63,83
Parque Natural	20,04	925,76
Reserva Natural	0,53	34,04
Monumento Natural	0	46,67
Paisaje Protegido	0,4	63,65
RAMSAR – Humedales de importancia internacional	3,89	41,86
Reserva de la Biosfera	31,94	1.234,02
Áreas Importantes para las Aves (IBAS)	214,84	3.199,41
Áreas Importantes para las Aves Marinas	0	7,30
Biotopo Protegido	0,01	0,02
Corredor Ecológico	0	2,31
Enclave Natural	0	3,32
Plan de Especial Protección (PEIN)	25,34	88,29
Reserva Natural de Fauna Salvaje	0	6,95
Reserva Natural Dirigida	0	6,58
Reserva Natural Especial	0	12,25
Reserva Natural Integral	0	0,95
Reserva Natural Parcial	0,05	1,33
Sitio de Interés Científico	0	3,49
Parque Rural	0	81,61
TOTAL	318,76	4.719,63

Las cifras no son aditivas, pues un mismo territorio puede estar sujeto a distintas figuras de protección

Fuente: Programa de Caminos Naturales e Infraestructura de Datos Espaciales (IDE) del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

GRÁFICO 54 / PROPORCIÓN DE TRAYECTOS DE LOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES QUE DISCURREN DENTRO Y FUERA DE ESPACIOS PROTEGIDOS

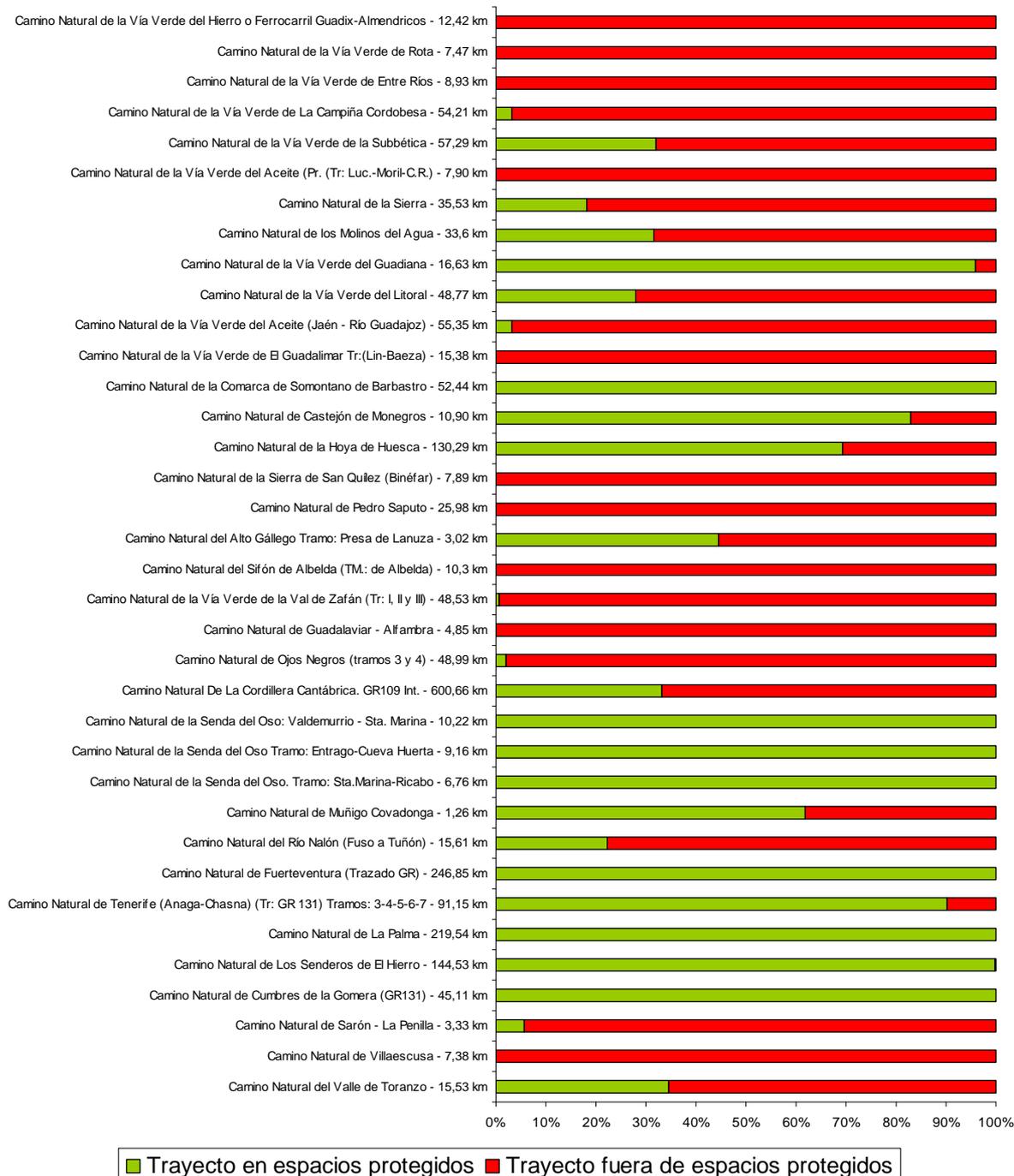


GRÁFICO 54 / PROPORCIÓN DE TRAYECTOS DE LOS CAMINOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES QUE DISCURREN DENTRO Y FUERA DE ESPACIOS PROTEGIDOS (CONTINUACIÓN)

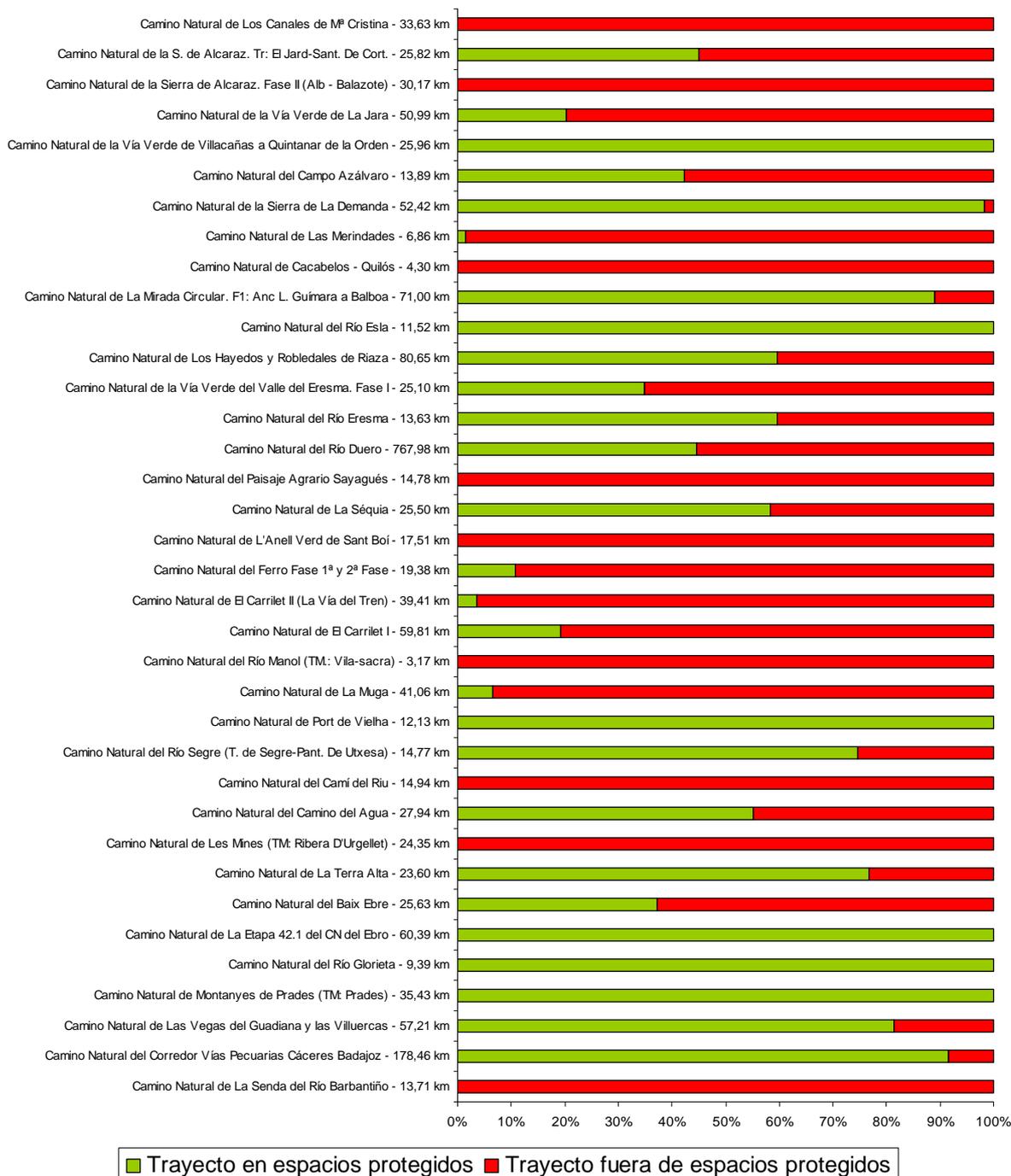
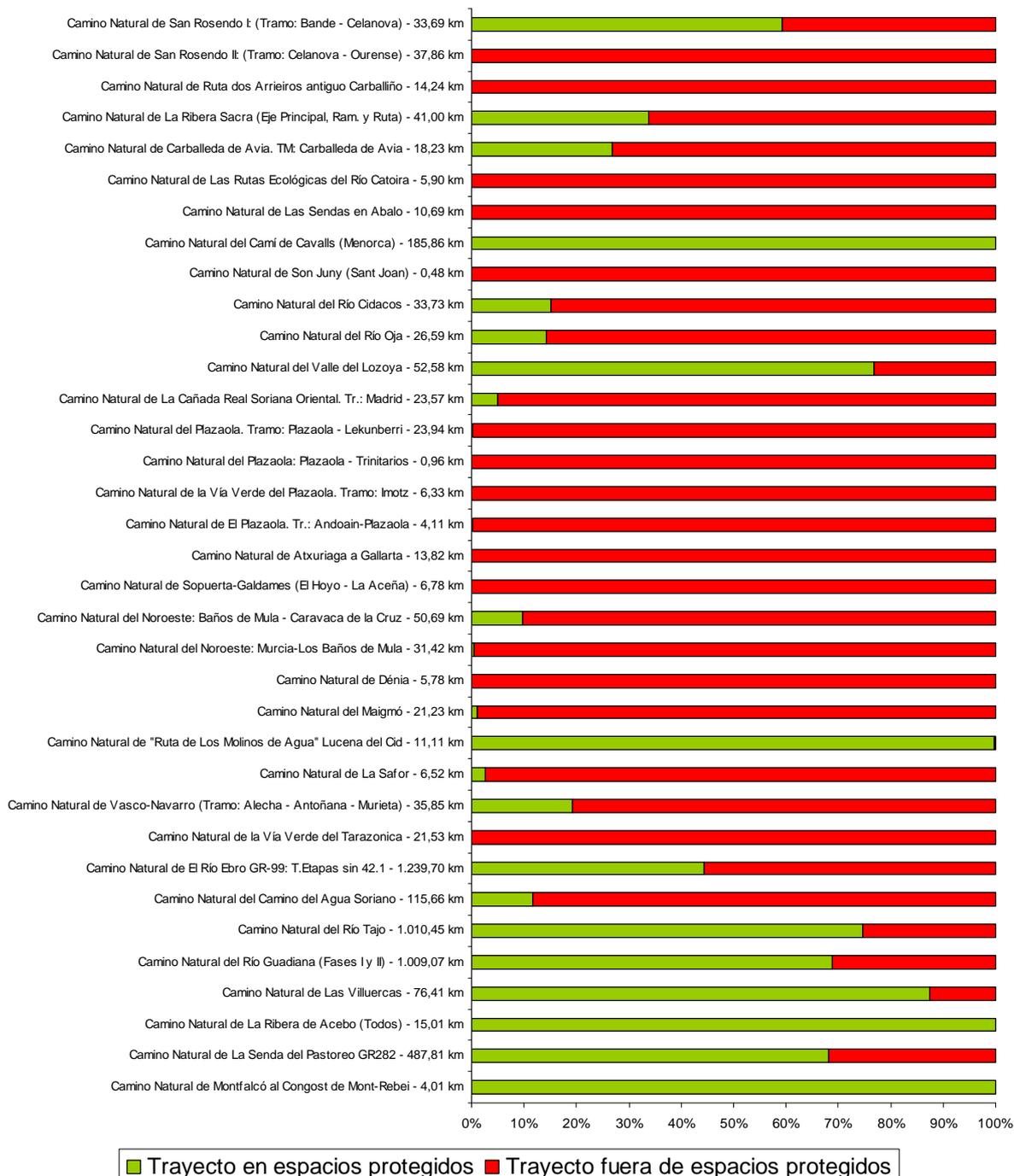


GRÁFICO 54 / PROPORCIÓN DE TRAYECTOS DE LOS CAMINOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES QUE DISCURREN DENTRO Y FUERA DE ESPACIOS PROTEGIDOS (CONTINUACIÓN)



Fuente: Programa de Caminos Naturales e Infraestructura de Datos Espaciales (IDE) del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

Entre las acciones contempladas por el *Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad 2014-2020*, recogidas en el Cuadro 3, se establecen los objetivos de promoción de destinos de turismo de naturaleza y la creación de un producto de ecoturismo que, frente a los ya existentes (que se comentarán en páginas siguientes), incorporen a la Red Natura 2000.

CUADRO 3 / PLAN SECTORIAL DE TURISMO DE NATURALEZA Y BIODIVERSIDAD 2014-2020

Objetivo	Acciones
1. Promover la configuración de destinos y productos de turismo de naturaleza sostenible	1.1 Desarrollar un sistema de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000 poniendo en valor el capital natural como fuente de ingresos y generador de empleo
	1.2 Impulsar iniciativas solventes relacionadas con el reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza
	1.3 Promover la confluencia de iniciativas que reconozcan la sostenibilidad del turismo de naturaleza en España
2. Impulsar y promocionar un producto de ecoturismo en España que incorpore a la Red Natura 2000	2.1 Promocionar el turismo de naturaleza reconocido como sostenible
	2.2 Facilitar información adecuada sobre la biodiversidad española para la promoción del turismo de naturaleza
	2.3 Desarrollar herramientas tecnológicas para la divulgación y la promoción del turismo de naturaleza en España
3. Mejorar la consideración de la biodiversidad en las actividades de turismo de naturaleza	3.1 Identificar y desarrollar buenas prácticas en relación con la biodiversidad para actividades de turismo de naturaleza
	3.2 Fomentar la aplicación de buenas prácticas en relación con la biodiversidad en la realización de actividades de turismo de naturaleza
4. Mejorar los conocimientos, la información y la formación relacionados con el turismo de naturaleza	4.1 Obtener información sobre turismo de naturaleza y biodiversidad
	4.2 Establecer programas de formación en materia de turismo de naturaleza

Fuente: Real Decreto 416/2014, de 6 de junio, por el que se aprueba el Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad 2014-2020

Los casi 3.000 kilómetros de Caminos Naturales que discurren por espacios protegidos Red Natura 2000 se configuran como un elemento a tener en cuenta en el marco del *Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad 2014-2020* y de la creación de un producto de ecoturismo que incorpore a la Red Natura 2000.

Un producto turístico es un sistema de elementos tangibles e intangibles que conforman un conglomerado, que confluyen en un espacio local determinado y que provocan el desplazamiento turístico hacia dicho espacio²⁵.

La Figura 4 muestra los elementos sobre los que se construye un producto turístico: los **recursos turísticos** (motivo del viaje turístico y externo, en muchos casos, a la capacidad de gestión), las **infraestructuras** (necesarias para desarrollar al turismo como industria) y el **servicio** (aspecto donde los gestores tienen control real).

Del análisis de la Figura 4 se desprende que en el aprovechamiento de los recursos turísticos disponibles han de participar, y de forma coordinada, tanto el sector público como el sector privado. El sector público tiene un papel fundamental en la creación de condiciones para el aprovechamiento de los recursos turísticos: construcción de infraestructuras, provisión de servicios básicos y catalizador para la creación de procesos de participación y de sistemas de gestión (certificados, etc.), entre otros, mientras que el sector privado, por su parte, ha de colaborar con el sector público en la creación de condiciones para el aprovechamiento de los recursos y, de manera especial, construir una oferta de servicios al turista competitiva.

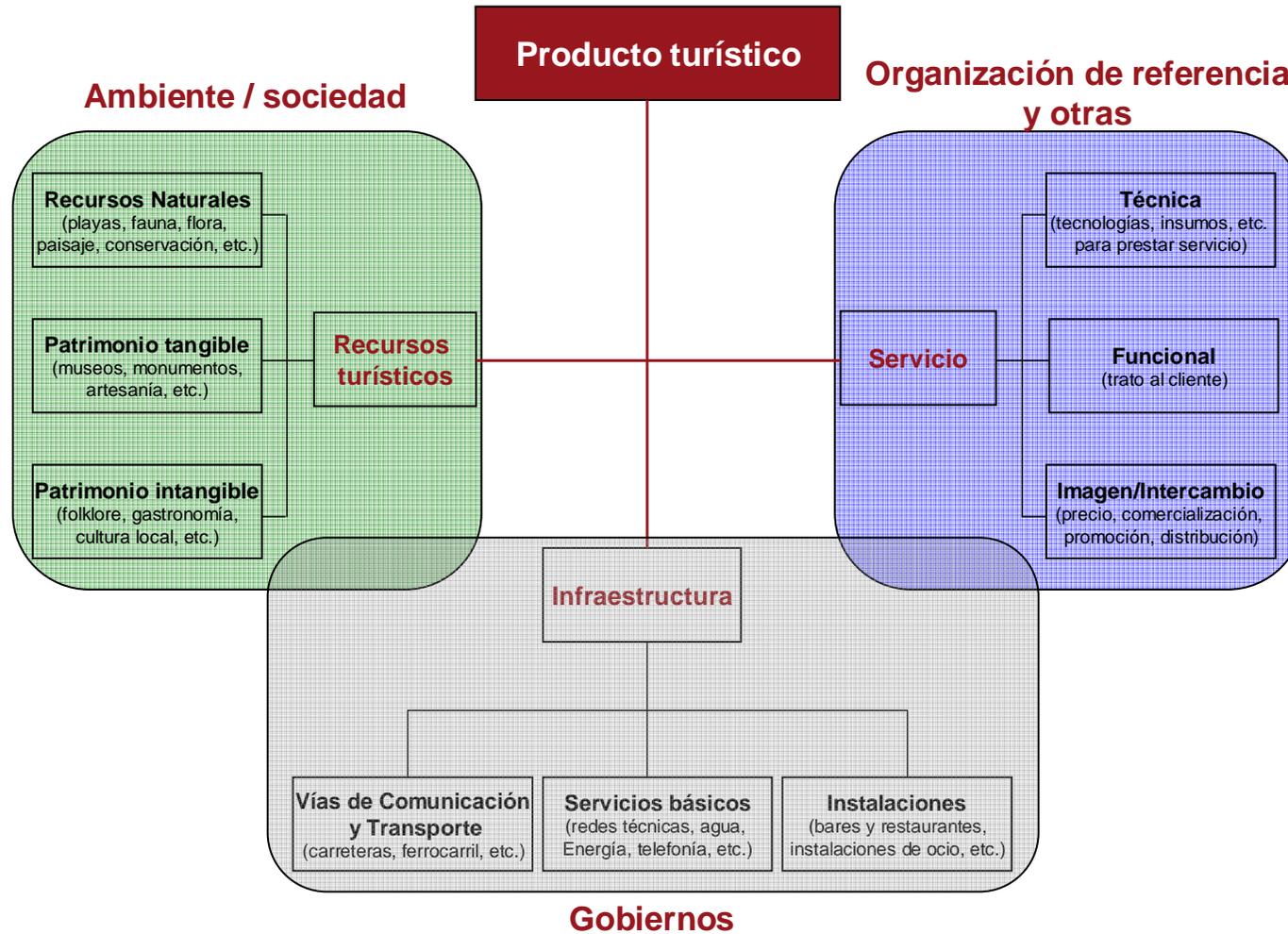
La importancia de la creación de un producto turístico radica en que si no se configura un producto turístico global y coordinado, las empresas y los ayuntamientos que se benefician del tránsito de senderistas no se implican en el desarrollo y mantenimiento del sendero²⁶, rompiéndose la necesaria relación entre sector público y sector privado.

El *Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) 2012-2015* propone la creación de un producto de turismo de naturaleza al que puedan adherirse parques nacionales y naturales acreditados con la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS), reservas de la biosfera, geoparques, espacios protegidos Red Natura 2000 y reservas marinas. Actualmente existen 33 Espacios Naturales Protegidos (25 Parques Nacionales y Naturales con CETS, 7 Reservas de la Biosfera y 1 Geoparque) adheridos a "Ecoturismo en España" y 656 empresas de turismo que prestan sus servicios en estos espacios.

²⁵ González (2006)

²⁶ Nasarre (2012)

FIGURA 4 / ATRIBUTOS SOBRE LOS QUE SE CONSTRUYE UN PRODUCTO TURÍSTICO



Fuente: Elaboración propia a partir de González (2006)

“Ecoturismo en España” es un producto turístico centrado en el turismo de naturaleza en el que Espacios Naturales Protegidos con plan de acción de turismo sostenible y empresas turísticas que cumplen determinados requisitos se benefician de reconocimiento internacional, promoción pública e imagen de marca para el desarrollo del turismo en los espacios protegidos y de sus negocios. Como se ha comentado anteriormente, 33 Espacios Naturales Protegidos se encuentran adheridos actualmente a este producto turístico, con la intención de ampliarse a espacios protegidos Red Natura 2000.

El Programa de Caminos Naturales está llamado a jugar un papel importante en el desarrollo del producto “Ecoturismo en España”, poniendo a disposición de la marca casi 3.000 kilómetros de senderos señalizados que discurren por espacios protegidos Red Natura 2000.

2.5.2.2 Características y preferencias de los senderistas como consumidores de turismo de naturaleza

El conocimiento de los senderistas (sin olvidar otro tipo de usuarios de senderos señalizados y teniendo en cuenta su mayor participación en el total de usuarios de estas infraestructuras) como consumidores de turismo de naturaleza permitirá enfocar las estrategias de promoción y obtener, de esta forma, mayor éxito. En el presente epígrafe se apuntan algunas ideas al respecto, relevantes tanto desde el punto de vista de las empresas como de los promotores de los senderos señalizados.

El Cuadro 4 recoge un análisis DAFO del senderismo y de su mercado, que reitera las conclusiones del epígrafe anterior respecto a la mejora de la competitividad y la colaboración entre el sector privado y el sector público: la construcción de un producto turístico alrededor del senderismo precisa de mejorar la competitividad de las empresas del sector (modernización, formación, profesionalización, nuevas tecnologías, *marketing*, etc.) y de colaboración interinstitucional. En definitiva, la implicación de la población, del empresariado y de las instituciones locales es decisiva para el desarrollo del proyecto del sendero, tanto en los aspectos de diseño y planificación, como en su ejecución, mantenimiento y promoción²⁷.

²⁷ Nasarre (2012)

CUADRO 4 / ANÁLISIS DAFO DEL SENDERISMO

Debilidades	Fortalezas
<p>Oferta poco especializada y modernizada</p> <p>Deficiencias formativas (gestión, servicios...)</p> <p>Escasa colaboración y cooperación interinstitucional</p> <p>Colaboración inexistente con otros sectores</p> <p>Baja utilización de nuevas tecnologías</p> <p>Pocas o nulas acciones de <i>marketing</i></p>	<p>Práctica consolidada como turismo y deporte al aire libre</p> <p>Buena imagen global de la actividad (saludable, responsable...)</p> <p>Seguridad y “suavidad” frente a otras formas de turismo activo</p> <p>Crecimiento del sector turístico</p> <p>Flexibilidad de los negocios (PYMES, autónomos...)</p> <p>Personal joven con gran adaptación al cambio</p>
Amenazas	Oportunidades
<p>Creciente diversificación de la oferta (cicloturismo...)</p> <p>Dependencia del ciclo económico (expansiones, recesiones...)</p> <p>Decrecimiento poblacional en zonas rurales</p> <p>Búsqueda de negocios más rentables y menos sostenibles</p> <p>Desarrollo desigual dependiendo de las zonas</p> <p>Estacionalidad de la demanda</p> <p>Escaso volumen de negocio</p> <p>Mala conservación de la infraestructura y de los recursos</p> <p>Intrusismo</p>	<p>Fragmentación vacacional (más vacaciones, menos duración)</p> <p>Mayor gasto turístico</p> <p>Introducción de mejoras de calidad y gestión</p> <p>Nuevos valores y estilos de vida (salud, respecto medioambiental...)</p> <p>Asociacionismo y cooperación</p> <p>Recuperación del medio rural y potencial existente</p> <p>Desarrollo de canales de comercialización especializados</p> <p>Oportunidades derivadas de la fuerte segmentación (diversificación)</p> <p>Establecer posibles sinergias en materia de prevención y salud</p>

Fuente: Rodríguez y Rodríguez (2010-2012)

La profesionalización de las empresas que quieran participar en este mercado pasa, además de por la necesidad de formación de los trabajadores y de la implementación de las nuevas tecnologías, por el conocimiento del perfil de los senderistas como consumidores, para de esta forma ofrecer un producto atractivo —contenidos de la visita, exigencias de los trazados, estilo de vida de los senderistas, etc.—.

Si bien no existe mucha información al respecto, la bibliografía consultada permite extraer algunas claves respecto al senderismo como actividad lúdico-deportiva y al perfil socioeconómico del senderista, a su comportamiento como consumidor y a sus preferencias en cuanto a trazado de los senderos.

El senderismo es una práctica lúdico-deportiva que tiene el potencial de crear una experiencia que se nutra de muy distintas fuentes: es necesario tener en cuenta y fomentar la imagen del

senderismo como experiencia turística integral, en el que se mezclan deporte, naturaleza y cultura²⁸.

En este sentido, un estudio alemán consultado muestra la importancia que los senderistas de este país otorgan a la existencia de instalaciones o servicios distintos a los exclusivamente relacionados con el senderismo (señalización, etc.).

En Alemania, la visita a instalaciones culturales y a centros de interpretación de Parques Nacionales o Naturales son prácticas muy comunes entre los senderistas (ver Gráfico 55). Autores españoles también citan estas actividades complementarias como importantes: la oferta conjunta de senderos y servicios asociados potencia su atractivo turístico, cuando se realiza a través de la planificación concertada entre las partes implicadas²⁹.

En los Gráficos 22 a 25 se muestran algunas características socioeconómicas básicas de los usuarios de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales —mayoritariamente varones, de entre 35 y 65 años y con empleo— que, ante la escasez de otras fuentes que informen al respecto, podría proporcionar un perfil socioeconómico del senderista.

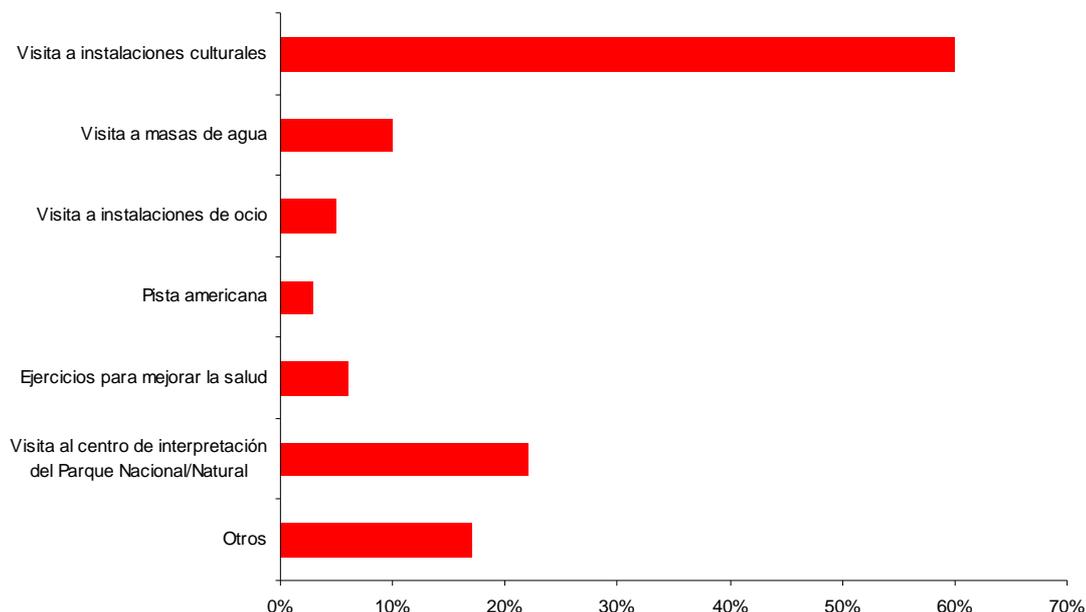
Pero, a efectos de diseñar un producto interesante para los senderistas, resulta más relevante conocer —o, al menos, apuntar— el comportamiento del senderista como consumidor.



²⁸ Rodríguez y Rodríguez (2010-2012)

²⁹ Nasarre (2012)

GRÁFICO 55 / PRÁCTICA DE OTRAS ACTIVIDADES POR PARTE DE LOS SENDERISTAS ALEMANES DURANTE LA CAMINATA



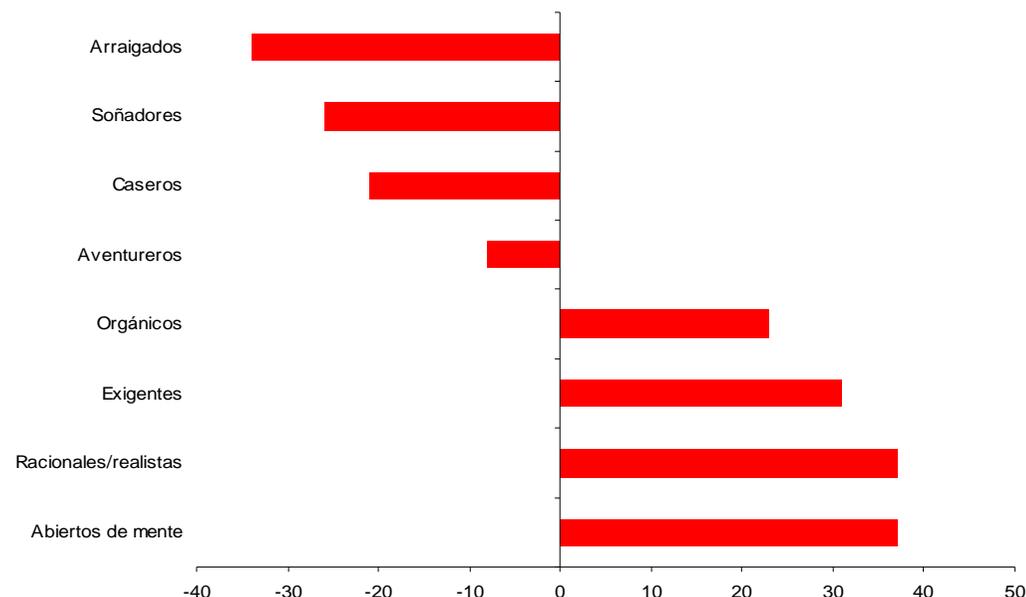
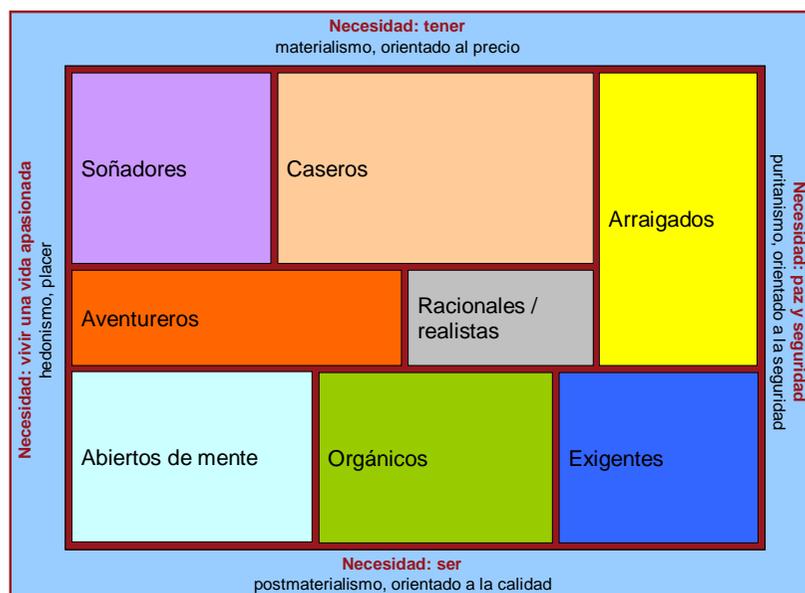
Fuente: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2010)

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2010) realiza una caracterización de los senderistas alemanes según unos “estilos de consumo” definidos por la compañía alemana de investigación de mercados *GfK SE*; según esta misma compañía, y a pesar de que el perfil de consumidor puede variar de unos países a otros, esta clasificación de “estilos de consumo” muestra resultados comparables en todos los países.

Según el Gráfico 56, son los estilos de consumo más orientados hacia el postmaterialismo o la calidad (abiertos de mente, racionales/realistas, exigentes y orgánicos) donde se encuentran los senderistas. Es decir, puede afirmarse que los senderistas alemanes (y, por extensión, los senderistas en general o los usuarios de senderos señalizados en toda su extensión) tienen un perfil de consumo más orientado a la calidad (y no al precio), además de poseer un componente importante de hedonismo sin olvidar aspectos de seguridad.

Los datos del Gráfico 56 relativos a los senderistas alemanes se confirman en estudios españoles: Rodríguez y Rodríguez (2010-2012) coinciden en definir a los senderistas con un nivel socioeconómico alto, para los cuales la decisión de consumir viene más determinada por la calidad que por el precio.

GRÁFICO 56 / CUADRO DE ESTILOS DE CONSUMO DE GFK Y SENDERISMO



Soñadores: sueñan con gran fortuna

Caseros: anhelo de seguridad y de *status*

Arrraigados: deseo de paz y armonía

Aventureros: vida apasionada

Racionales/realistas: trabajo duro y respeto por la naturaleza

Abiertos de mente: entre la auto-realización, la responsabilidad social y el disfrute

Orgánicos: búsqueda de la sostenibilidad y del enriquecimiento intelectual

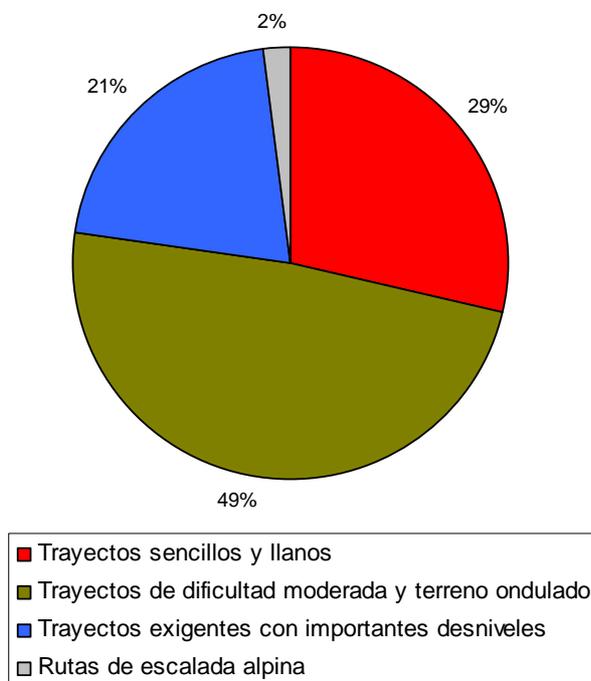
Exigentes: sentido del deber y de la disciplina

0 = población total; positivo = inclinación al senderismo por encima de la media; negativo = inclinación al senderismo por debajo de la media

Fuente: Elaboración propia a partir de Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2010)

La inclinación de los senderistas hacia el placer y el hedonismo se confirma en las preferencias respecto a los trazados predilectos para la práctica del senderismo.

GRÁFICO 57 / PREFERENCIAS DE DIFICULTAD EN LOS TRAZADOS DE LOS SENDERISTAS

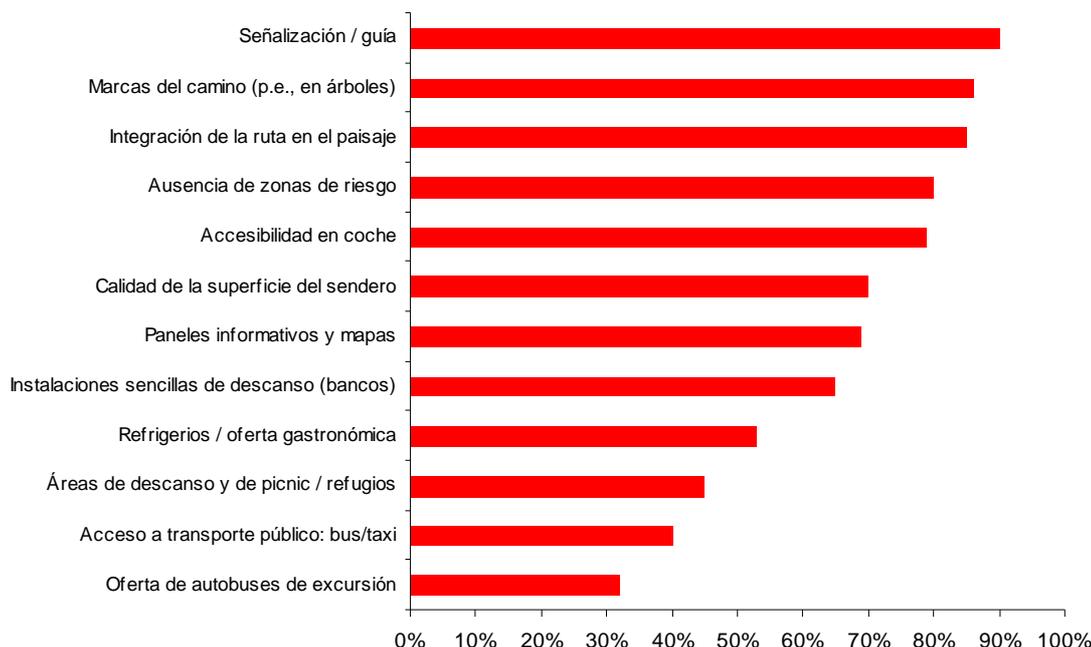


Fuente: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2010)

Según esta fuente, los senderistas prefieren trayectos de dificultad moderada y que discurran por terreno ondulado, esto es, trazados de montaña, variados, pero no muy exigentes.

Finalmente, la preocupación de los senderistas por la seguridad, que los aleja de perfiles tipo aventurero (ver Gráfico 56), se ilustra con la importancia que otorgan a los aspectos relacionados con la infraestructura de los senderos señalizados. El Gráfico 58 muestra esta importancia, donde la señalización ocupa el primer puesto.

GRÁFICO 58 / IMPORTANCIA DE LAS INFRAESTRUCTURAS



Fuente: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2010)

Los senderistas otorgan mucha importancia a los aspectos relacionados con las infraestructuras de los senderos señalizados, otorgando especial relevancia a la señalización y a la integración de la ruta en el paisaje, pero sin olvidar aspectos como la calidad de la superficie del sendero o la existencia de equipamientos en el mismo (áreas de descanso, bancos, etc.). En definitiva, se precisa no sólo de un correcto diseño e implantación de los mismos, en primera instancia, sino también de su posterior mantenimiento.

La importancia de los aspectos relacionados con las infraestructuras de un itinerario llega al punto de que un sendero en mal estado se convierte en publicidad muy negativa para la zona y, en el caso que los usuarios lleguen a perderse, se genera una desconfianza sobre el estado de los senderos que puede afectar a toda la red y que es muy costosa de recuperar³⁰.

Por otra parte, el mantenimiento de los senderos depende en buena medida del compromiso de sus promotores³¹.

En el marco de los trabajos desarrollados para la realización del presente estudio se ejecutó una evaluación del estado de mantenimiento de los itinerarios incluidos en el Programa de Caminos Naturales. En coherencia con los resultados aportados por los cuestionarios distribuidos entre los promotores (en los que manifestaron que más del 70% realizan labores de mantenimiento en

³⁰ Guàrdia (2011)

³¹ Nasarre (2012)

los itinerarios que gestionan), los resultados de la evaluación realizada informan de un estado aceptable de la mayoría de los itinerarios del Programa. No obstante, el compromiso de algunos promotores respecto al mantenimiento de los itinerarios ha de mejorarse, con el fin de garantizar la identificación del Programa de Caminos Naturales con la excelencia en el mantenimiento de sus infraestructuras.

2.6 Síntesis de resultados, conclusiones y recomendaciones

2.6.1 Síntesis de resultados del estudio sobre el impacto económico y social del Programa de Caminos Naturales

A continuación se recogen algunos resultados y conclusiones clave obtenidas a lo largo del trabajo realizado para la redacción del presente informe.

Actividades que se realizan en los senderos señalizados de Europa

“La práctica del senderismo está muy extendida en países como Suiza, Alemania, Francia o Noruega. En España, sin embargo, el porcentaje de población que practica senderismo no llega al 4%”

“Alemania y Francia son los países que más viajes cicloturistas soportan; sin embargo, son los países nórdicos (Finlandia y Suecia) los que más viajes de cicloturismo realizan por habitante. En España hay 3,7 millones de ciclistas recreativos, aunque únicamente unos 560.000 practican esta actividad en la naturaleza”

“España presenta una de las densidades de senderos señalizados más bajas de Europa. Suiza destaca con casi 1,5 kilómetros de senderos señalizados por cada kilómetro cuadrado de superficie”

Revisión de estudios de impacto económico de los senderos señalizados

“El impacto económico directo de los senderos supera los 25.000 €₂₀₁₄ por cada mil usuarios, mientras que el impacto económico indirecto ronda los 12.000-15.000 €₂₀₁₄ por cada mil usuarios”

“Son necesarios entre 40 y 50 usuarios para generar un impacto económico directo de 1.000 €₂₀₁₄, generándose a su vez un impacto indirecto de unos 610 €₂₀₁₄”

Los usuarios del Programa de Caminos Naturales

“Los itinerarios incluidos en el Programa de Caminos Naturales soportan un tráfico anual estimado de 24,6 millones de visitas”

“Este tráfico de usuarios supone alrededor del 15% de las visitas relacionadas con el senderismo y con el ciclismo recreativo en naturaleza estimadas a nivel del conjunto de España”

“La mayoría de los usuarios del Programa son usuarios locales, aunque existen importantes diferencias entre itinerarios”

“La actividad más común que se realiza en los itinerarios del Programa de Caminos Naturales es el desplazamiento a pie (senderismo o carrera), seguido a cierta distancia del ciclismo”

“El usuario tipo de los itinerarios del Programa es un hombre, de entre 35 y 65 años y con empleo”

“Los usuarios locales son mayoritariamente varones y de mayor edad que los turistas, que son más jóvenes y tienen mayor nivel de empleo”

“Los usuarios locales disfrutan de los itinerarios diariamente o varias veces por semana, durante varias horas en cada visita. La existencia del itinerario del Programa de Caminos Naturales no influye en el número de veces que los usuarios locales disfrutan de las infraestructuras”

“Los usuarios turistas disfrutan de los itinerarios una media de una vez al mes. Los peatones realizan una distancia media de 8 km, mientras que los ciclistas casi llegan a los 40 km por visita”

El impacto económico del Programa de Caminos Naturales

“Los usuarios turistas generan un impacto económico directo de 14,74 €₂₀₁₄/visita”

“El impacto económico del Programa de Caminos Naturales se ha estimado en unos 251 M€₂₀₁₄, lo que representa un 0,025% del Producto Interior Bruto de España”

“El impacto económico directo del Programa de Caminos Naturales asciende, según esta estimación, a 160 M€₂₀₁₄: 152 M€₂₀₁₄ generado por los usuarios y 8 M€₂₀₁₄ generado por los promotores”

“Más del 70% del impacto económico directo del Programa de Caminos Naturales beneficia a la economía local de los municipios por donde discurren los itinerarios”

“El impacto económico indirecto del Programa se estima en 91 M€₂₀₁₄”

“Los sectores más beneficiados por la existencia del Programa de Caminos Naturales son la restauración (bares y restaurantes) y la hostelería (hoteles, hostales, casas rurales, etc.)”

“Se requieren entre 50-60 visitas para generar un impacto directo de 1.000 €₂₀₁₄, que a su vez generan un impacto económico indirecto de unos 650 €₂₀₁₄”.

“El Programa de Caminos Naturales contribuye al desarrollo local, atrayendo turistas para la práctica del senderismo o del ciclismo en el medio rural”

“El Programa de Caminos Naturales contribuye a la diversificación de la economía del medio rural”

“El presente estudio ha estimado que el Programa genera trabajo a 3.600 personas al año a tiempo completo en España”

“El Programa de Caminos Naturales contribuye a la creación de empleo en el medio rural”

El impacto social del Programa de Caminos Naturales

“El Programa de Caminos Naturales es poco conocido incluso por sus propios usuarios: casi dos tercios de los mismos no conocen el Programa y más de un 25% solo lo conocen de forma vaga”

“El conocimiento del Programa por parte de sus usuarios se canaliza mayoritariamente a través de medios informales (amigos o familiares) o circunstanciales (señalización y paneles informativos en los caminos)”

“La página web del Programa, principal instrumento en la actualidad de promoción del mismo, es poco conocida entre los usuarios de los caminos”

“El Programa de Caminos Naturales influye de forma escasa en el destino de los turistas”

“El Programa tiene escasa presencia en los medios de comunicación y en las redes sociales”

El papel del Programa de Caminos Naturales como activo para el crecimiento económico y la diversificación de la economía del medio rural

“El turismo de sol y playa es el más extendido en nuestro país. Acapara el 66% de los ingresos y de las estancias/pernoctaciones del conjunto del mercado turístico español”

“El turismo rural y de paisaje y naturaleza aporta casi un 6% de los ingresos y de las estancias/pernoctaciones del conjunto del mercado turístico español”

“El turismo de naturaleza es un sector de tendencia creciente en la actualidad, habiendo crecido en los últimos años en tasas superiores a las del turismo convencional”

“El senderismo, como principal actividad practicada por los turistas de naturaleza y de montaña, tiene potencial para desempeñar un papel relevante en la diversificación y competitividad del sector turístico español”

“El turismo de montaña, entre cuyas actividades más practicadas se encuentra el senderismo, es un producto turístico muy relevante en países de nuestro entorno más inmediato”

“Los principales mercados europeos emisores de turismo activo son Alemania, Países Bajos y Francia”

“Por tanto, estos son los países prioritarios, junto con Reino Unido, para el mercado internacional del turismo de montaña y España ha de centrar sus estrategias de mercado en relación con el turismo de montaña en los países europeos”

“El turismo de naturaleza y el senderismo son los productos turísticos de montaña con mayor potencial internacional en España, cuyo aprovechamiento pasa por la mejora de la competitividad de los productos turísticos ofertados”

“El cicloturismo y la equitación, otras actividades que pueden realizarse en senderos señalizados además del senderismo, pueden tener un potencial relevante siquiera de forma puntual, en localizaciones concretas: la mejora de la competitividad es el principal instrumento para el aprovechamiento de estas oportunidades”

“Casi el 60% de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales discurre por territorio incluido en algunas de las figuras de espacios protegidos. Casi 3.000 km (el 34%) discurre por espacios protegidos Red Natura 2000”

“Por ello, el Programa de Caminos Naturales está llamado a jugar un papel importante en el desarrollo del producto «Ecoturismo en España»”

“En el aprovechamiento de los recursos turísticos disponibles han de participar, y de forma coordinada, tanto el sector público como el sector privado”

“La construcción de un producto turístico alrededor del senderismo precisa de mejorar la competitividad de las empresas del sector (modernización, formación, profesionalización, nuevas tecnologías, marketing, etc.) y de colaboración interinstitucional”

“La oferta conjunta de senderos y servicios asociados potencia su atractivo turístico, cuando se realiza a través de la planificación concertada entre las partes implicadas”

“Según diversos estudios, los senderistas tienen un perfil de consumo más orientado a la calidad (y no al precio), además de poseer un componente importante de hedonismo sin olvidar aspectos de seguridad”

“Los senderistas prefieren trayectos de dificultad moderada y que discurran por terreno ondulado, esto es, trazados de montaña, variados, pero no muy exigentes”

“Los senderistas otorgan mucha importancia a los aspectos relativos a las infraestructuras de los senderos señalizados, otorgando especial relevancia a la señalización y a la integración de la ruta en el paisaje, pero sin olvidar aspectos como la calidad de la superficie del sendero o la existencia de equipamientos en el mismo (áreas de descanso, bancos, etc.)”

Estos titulares, extraídos de los distintos capítulos del presente informe, se complementan con información adicional proporcionada por los promotores mediante la cumplimentación de un campo de “Observaciones” incluido en el cuestionario distribuido entre los promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales. Gran parte de los comentarios versan sobre las dificultades de los promotores para atender las necesidades de mantenimiento de las infraestructuras y respecto al potencial que los itinerarios tienen de generar actividad turística.



2.6.2 Conclusiones y recomendaciones relativas al impacto económico y social del Programa de Caminos Naturales

De los resultados expuestos en los epígrafes 2.4 y 2.5 —recopilados en el epígrafe 2.6.1— es posible obtener algunas recomendaciones:

- ✧ En términos generales, existe un escaso nivel de conocimiento sobre la utilización de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales (número de usuarios, perfil de los mismos, preferencias, etc.). Un **mayor conocimiento del uso que se hace de estos itinerarios permitiría la identificación precisa de los itinerarios más demandados**, el por qué de esta demanda y los aspectos de los itinerarios a mejorar/conservar, facilitando la construcción de una oferta turística en sintonía con las preferencias de los usuarios y, por tanto, con garantías de éxito.
- ✧ Los itinerarios tienen una **función social** (lugar de esparcimiento para la población local, infraestructura para la práctica de actividades físicas, etc.) o **económica** (itinerario como activo turístico, generador de actividad económica). Ambas funciones, que no son incompatibles entre sí, generan beneficios económicos, aunque han de calificarse como intangibles los derivados de la función social del itinerario (mejora de la salud física y psíquica de la población, por ejemplo). Los objetivos del Programa de Caminos Naturales (ver página 4 del presente informe) incluyen ambas posibles funcionalidades.
- ✧ **El Programa de Caminos Naturales**, como atractivo turístico que es y que genera actividad económica mayoritariamente en el sector servicios, **contribuye a la diversificación económica del medio rural**.
- ✧ El perfil de gasto de los usuarios del Programa de Caminos Naturales informa de un desplazamiento mayoritario en transporte privado hacia los itinerarios. El **fomento del transporte público** (que se enfrenta a dificultades, esencialmente derivadas del escaso volumen de demanda, en el medio rural) y de la **interconexión entre modalidades de transporte público colectivo** permitiría reducir el transporte privado y los problemas que se derivan del mismo (congestión, emisiones de gases de efecto invernadero, etc.).
- ✧ El impulso del mercado del senderismo y del ciclismo recreativo en naturaleza en España, que exige de la mejora de la competitividad de la oferta turística, no ha de invertir la geografía del impacto económico de estas actividades, que actualmente incide mayoritariamente en las economías locales. La **construcción de productos turísticos relacionados con el senderismo y con el ciclismo recreativo en naturaleza** ha de tener como objetivo **un impacto económico que incida de forma mayoritaria en las economías locales**.
- ✧ El atractivo de un itinerario, su capacidad para atraer usuarios, tiene múltiples dimensiones: diseño de la traza y mantenimiento, atractivos turísticos en su trazado y en su entorno, dotación y mantenimiento de infraestructuras complementarias, promoción y publicidad, etc. Es preciso no descuidar ninguna de ellas, ante el objetivo de **construir una red de itinerarios reconocida por su atractivo, calidad y garantía de disfrute**.

- ✧ La red de caminos debe estar configurada a través de una **elección de itinerarios** que contribuyan al desarrollo rural, que interaccionen con redes europeas y que faciliten el desplazamiento desde áreas densamente ocupadas hacia zonas de menor ocupación.
- ✧ Las actividades de promoción, bajo responsabilidad, casi exclusivamente, de los promotores de los itinerarios, tienen un desarrollo irregular en los distintos itinerarios y en el Programa en su conjunto. La **promoción del Programa de Caminos Naturales y de sus itinerarios ha de ser activa y coordinada entre los distintos agentes**, aprovechando las sinergias que se generan entre las partes (itinerarios atractivos, cada uno con su singularidad) y el todo (Programa con un conjunto de itinerarios atractivos según las necesidades del usuario).



3 Futuro del Programa de Caminos Naturales: estrategia y actuaciones

3.1 Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del Programa de Caminos Naturales, del senderismo y del cicloturismo en España

El panorama del Programa de Caminos Naturales, en España y en las diversas Comunidades Autónomas, es muy heterogéneo y está evolucionando muy rápidamente en algunos territorios. De ahí que las observaciones que se realizan a continuación haya que entenderlas con esta premisa, pues no son de aplicación universal para todos los itinerarios y territorios, son sólo apreciaciones globales del sector. Estas conclusiones y reflexiones proceden tanto de los resultados del presente estudio como del documento *El impacto económico del cicloturismo en Europa. Síntesis de los principales estudios realizados. 2014*³².

3.1.1 Debilidades

- ✖ Falta o escasez de rutas y redes de larga distancia y de calidad.
- ✖ Los itinerarios del Programa de Caminos Naturales, aunque tienen un considerable potencial, no figuran entre los principales activos de turismo de las regiones (ni tampoco a nivel nacional) por lo que hay que seguir trabajando para consolidar su imagen de marca y lograr que sea lo suficientemente potente.
- ✖ En España hay una falta generalizada de políticas en favor del uso de la bicicleta, de la promoción del cicloturismo y de coordinación entre ellas. Inexistencia de una política nacional de promoción de España como destino del turismo de senderismo y en bicicleta; la promoción turística y la visibilidad de la oferta española se basan exclusivamente en las iniciativas locales³³.
- ✖ En ocasiones, los impulsores de las rutas de senderismo o cicloturistas son de ámbito muy local o actúan desde los departamentos de transporte o deporte, y a los departamentos de turismo les cuesta implicarse en su promoción y marketing, tratándolo de una manera marginal.
- ✖ Dificultad para mantener unos altos niveles de calidad de la infraestructura y el mantenimiento de las mismas por parte de las entidades gestoras por los problemas presupuestarios y fluctuantes que sufren las entidades locales.

³² Mató y Troyano (2009). Este último documento se enmarca dentro de la Convocatoria de Proyectos I+D+i 2013-2014 realizada por la Consejería de Fomento y Vivienda de la Junta de Andalucía, cofinanciada en un 80% con Fondos FEDER de la Unión Europea y cuyos trabajos han sido desarrollados por la Fundación de los Ferrocarriles Españoles y la Universidad de Sevilla.

³³ Atout France” nº 26, (2013).

- ✖ En España, las redes de senderos señalizados están muy poco definidas, con una oferta turística dispersa, tanto en productos como en infraestructuras. Como es el caso de los Caminos Naturales poco conectados entre sí³², e incluso tramificados en trayectos que se gestionan y promocionan aisladamente, sin coordinación íntegra a lo largo de todo el itinerario.
- ✖ Poco conocimiento por parte de los entes de promoción y de las oficinas de turismo de las infraestructuras y productos de turismo de senderismo y en bicicleta.
- ✖ Escasa adaptación de los alojamientos a las necesidades de los usuarios de los senderos señalizados (cicloturistas y senderistas); es algo habitual en los países con poca tradición de uso de la bici y del cicloturismo, como España.
- ✖ Falta de estructuración del mercado. Poca implicación de touroperadores y proveedores de cicloturismo³⁴.

3.1.2 Amenazas

- ✖ El escaso apoyo al desarrollo del senderismo y del cicloturismo. Especialmente en apoyo legislativo y de inversiones en promoción y divulgación.
- ✖ La concurrencia en el mercado internacional de otros destinos europeos que estructuran su oferta en torno al senderismo y la bicicleta y despliegan sus medios más importantes para valorizar estas actividades³²
- ✖ Ante la débil implicación de los empresarios locales y nacionales en el sector del senderismo y del cicloturismo, es probable que sean touroperadores extranjeros los que exploten el mercado español. Ya se observan evidencias en este sentido.
- ✖ La falta de interconexión entre modos de transporte, especialmente tren-bicicleta, uno de los sistemas intermodales favoritos de los cicloturistas europeos, que no siempre es posible y que en muchos casos no es fácil.

3.1.3 Fortalezas

- ✖ Las actividades vinculadas al Programa de Caminos Naturales ofrecen grandes beneficios, especialmente a aquellas localidades donde el turismo es incipiente o inexistente. Creación de empleo nuevo, especialmente en zonas rurales, ayudando a fijar la población local.
- ✖ La preexistencia de itinerarios del Programa de Caminos Naturales promueve la creación de empresas locales de prestación de servicios turísticos y mejora el resultado

³⁴ European Parliament's Committee on Transport and Tourism (2012)

de aquellas empresas que ya existían con anterioridad a la puesta en marcha del itinerario.

- ✿ El mercado del ocio activo y el ecoturismo, así como más concretamente el senderismo y el cicloturismo, está en crecimiento continuo a pesar de la actual coyuntura económica.
- ✿ El gasto realizado repercute en mayor medida sobre la economía local en comparación con lo que lo hace el turismo convencional.
- ✿ La Unión Europea reconoce al cicloturismo como un medio para mejorar las condiciones de bienestar y de vida de una manera sostenible para las generaciones presentes y futuras³⁵.
- ✿ El cicloturismo emite entre un 50% y un 80% menos gases de efecto invernadero en relación al transporte.
- ✿ El turismo de senderismo y en bicicleta requiere inversiones relativamente bajas, especialmente cuando se reutilizan antiguas infraestructuras en desuso como trazados ferroviarios y caminos de servicio de canales u otros, así como espacio vial compartido con carreteras de muy baja intensidad de tráfico.
- ✿ La amortización de la inversión en infraestructuras ciclistas es muy rápida en la mayoría de los casos (muchas veces es de 1 año).
- ✿ El clima en España es más favorable para la práctica de cicloturismo y senderismo durante todo el año, un factor especialmente interesante en los meses considerados de temporada baja en otros países europeos: contribuye a desestacionalizar la oferta turística.
- ✿ La existencia en España de numerosas infraestructuras de servicios turísticos y la calidad de las mismas, además de una oferta gastronómica de reconocida calidad.
- ✿ España dispone de una rica diversidad de territorios y paisajes, y de espacios rurales muy tranquilos, además de amplias zonas de elevado valor ambiental, que constituyen un gran atractivo para los amantes del turismo activo.
- ✿ En España, la relación calidad/precio es muy competitiva³².
- ✿ En España existe una oferta de turismo accesible ligada a los itinerarios del Programa de Caminos Naturales que resulta muy interesante para atraer a un nicho de mercado de alto nivel adquisitivo, que viaja en temporada baja, como es el turismo senior y para personas con capacidades diferentes³².

³⁵ Commission of the European Communities (2006, pág. 10)

- ✚ Existencia de un Programa a nivel nacional como el de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y de entidades como la Fundación de los Ferrocarriles Españoles para la promoción conjunta de un tipo de itinerarios con características comunes y cuyos promotores proceden de diferentes administraciones públicas.

3.1.4 Oportunidades

- ✚ La difusión y promoción de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales son herramientas para incrementar el uso de la bicicleta y el paseo a pie en los desplazamientos cotidianos.
- ✚ El senderismo y el cicloturismo están acordes con la voluntad de la Unión Europea de que el turismo contribuya al objetivo Europa 2020, es decir, un crecimiento inteligente, sostenible e inclusivo. El clima político europeo e internacional es favorable a la bicicleta.
- ✚ Los senderistas y los cicloturistas suelen apreciar la gestión sostenible de los equipamientos y servicios turísticos, incentivando así que los empresarios turísticos locales adopten medidas más respetuosas con el medio natural (reciclaje, producción ecológica, consumo kilómetro cero...).
- ✚ En el contexto económico mundial, tendente a reducir los presupuestos de vacaciones, los ciudadanos buscan opciones menos costosas y el senderismo y el cicloturismo se encuentran entre ellas³².
- ✚ El turismo en bicicleta y el senderismo resultan muy atractivos para el segmento de “turismo senior” (personas mayores de 55 años), con alto nivel adquisitivo y gran disponibilidad para viajar.
- ✚ El cicloturismo y senderismo a través de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales expande la actividad turística por el territorio. Hay muchos territorios, sin atractivos especiales, que por el hecho de ser atravesados por estos itinerarios han desarrollado actividad económica en este sector.
- ✚ Los itinerarios ciclistas y senderistas tienen un peso muy importante a la hora de elegir el destino turístico. Actúan como factor atrayente.
- ✚ Fomentar el turismo transfronterizo y contribuir al incremento del flujo de turistas entre los países de la Unión Europea.
- ✚ Animar a la gente a usar el transporte público para llegar al destino de senderismo y cicloturismo, lo que causa un menor impacto ambiental que los vehículos privados o el transporte aéreo.
- ✚ Promover y facilitar la realización de ejercicio físico, incrementado así la mejora de calidad de vida y la salud física y mental de los ciudadanos.

- ✿ Ofrecer una forma de marcha lenta que fomenta el interés por la riqueza de la gastronomía local, el patrimonio y la vida comunitaria a través de los diferentes países y regiones de la UE.
- ✿ Disminución de los impactos ambientales, en particular los relativos al cambio climático, dentro del sector turístico. Mejora de la calidad del aire y reducción del ruido ambiental.
- ✿ En España especialmente, contribuye a desestacionalizar la oferta turística.
- ✿ El potencial de crecimiento en España es todavía superior a la media Europea, puesto que se ha empezado más tarde a estructurar ofertas y porque el uso diario de la bicicleta es inferior a la media.
- ✿ España se puede beneficiar del agotamiento que empiezan a mostrar algunos mercados tradicionales del cicloturismo y del senderismo en Europa, ofreciendo nuevos espacios muy atractivos para los practicantes del turismo en bicicleta y a pie.

3.2 Apuntes de estrategia para la consolidación del Programa de Caminos Naturales como activo para el desarrollo rural

Sobre el análisis realizado en apartados anteriores, en los que se ha puesto de manifiesto el potencial del Programa de Caminos Naturales como activo turístico a través de sus itinerarios, con sus debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades, se han identificado tres ejes de actuación que permitirían apuntalar dicho potencial, y que, además, irían en consonancia con lo que se plantea en el Plan Director del Programa de Caminos Naturales. Sobre cada eje de actuación se indican algunas acciones a considerar, propuestas sin ánimo de exhaustividad ni con la intención de limitar o agotar las iniciativas que puedan surgir al respecto.

3.2.1 Ejes de actuación de la estrategia

EJE DE ACTUACIÓN: CALIDAD DE LOS ITINERARIOS

La calidad de los itinerarios incluidos en el Programa es un aspecto importante en tanto en cuanto determina la experiencia de los usuarios y, con ello, permite crear una “imagen de marca” que asocie a los Caminos Naturales con un elevado grado de disfrute en la naturaleza.

La calidad de los itinerarios viene determinada por, al menos, los siguientes aspectos:

- ✿ Diseño de la traza.
- ✿ Mantenimiento del estado del camino.
- ✿ Activos naturales (espacios protegidos), culturales (centros de interpretación, museos) y de ocio (equipamientos turísticos adicionales al camino).
- ✿ Uso actual y potencial, turístico y local.

- ✦ Dotación y mantenimiento de infraestructuras complementarias (áreas de descanso, aparcamientos, etc.).

Entre las medidas de actuación que podrían realizarse en el marco de este eje cabe mencionar:

- ✦ Evaluación y revisión del compromiso sobre el mantenimiento del trazado.
- ✦ Planteamiento de un sistema de ayudas a promotores para el mantenimiento de los trazados, dedicando a ello parte del presupuesto del Programa de Caminos Naturales atendiendo a criterios de necesidad del promotor, relevancia del itinerario (tipo y cantidad de usuarios, por ejemplo), etc.
- ✦ Realización de un inventario de activos naturales, culturales y de ocio asociados o próximos a los Caminos Naturales.
- ✦ Definición de la vocación de uso de los itinerarios del Programa (uso turístico y/o local).
- ✦ Inventario de infraestructuras complementarias a los Caminos Naturales (áreas de descanso, aparcamientos, etc.).
- ✦ Definición de un sistema dinámico de evaluación de los itinerarios del Programa, a partir del cual pueda derivarse, en su caso, la exclusión de algún itinerario por no superar determinados umbrales de calidad.
- ✦ Establecimiento de criterios para la inclusión de nuevos itinerarios:
 - Itinerarios a iniciativa del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (itinerarios de medio o largo recorrido, interautonómicos, etc.).
 - Itinerarios a iniciativa de otros promotores. Conexión de la red creada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente con elementos relevantes del territorio (espacios protegidos, activos culturales o de ocio, etc.).
 - Elaboración de indicadores que identifiquen la capacidad del promotor, potencialidad de uso, interés intrínseco, compromiso de los agentes implicados, interés del trazado, etc.

EJE DE ACTUACIÓN: PROMOCIÓN DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES

Del escaso conocimiento del Programa de Caminos Naturales por parte de los usuarios de los itinerarios donde se realizaron encuestas para el presente estudio, se deriva un importante recorrido en cuanto a las posibilidades de promoción del Programa como activo turístico o, al menos, como soporte para la actividad turística.

Algunas de las medidas a realizar en el marco del presente eje de actuación podrían ser:

- ✧ Integración del Programa de Caminos Naturales en productos turísticos ya existentes (Ecoturismo en España, por ejemplo), bien como activo turístico propiamente dicho o, al menos, como infraestructura para la actividad turística.
- ✧ Estudio de la posibilidad de crear una marca turística propia basada en el Programa.
- ✧ Actividades de promoción. Las actividades de promoción han de realizarse desde distintas escalas, cada una de ellas responsabilidad de distintos agentes:
 - Acciones de promoción a nivel de Programa, realizadas por iniciativa del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente:
 - Actualización y mejora continua de la página web del Programa de Caminos Naturales.
 - Evaluar y, en su caso, solicitar la inclusión del Programa (enlace a su página web, al menos) en instrumentos de promoción del turismo de naturaleza en España (Portal oficial de Turismo de España³⁶, agrupaciones empresariales a nivel nacional como Turebe³⁷ y sus iniciativas³⁸, etc.).
 - Asistencia a ferias de turismo, tanto a nivel nacional o internacional como, en apoyo a los promotores de los itinerarios, regional o local.
 - Elaboración y actualización de publicaciones (guías, folletos, libros divulgativos, etc.) sobre el Programa de Caminos Naturales o sobre itinerarios concretos (en su caso, con la colaboración y de forma coordinada con los promotores de los mismos).
 - Acciones de promoción a nivel de itinerario, a realizar por iniciativa de los promotores de las infraestructuras.
 - Creación de páginas web sobre los itinerarios.
 - Elaboración y actualización de publicaciones propias o en colaboración con el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, y siempre de forma coordinada con el mismo.
 - Promover la consideración del itinerario en instrumentos de promoción del turismo de naturaleza a nivel local o regional (portales web de turismo activo o de naturaleza a escala local o regional, asistencia a

³⁶ <http://www.spain.info/>

³⁷ <http://www.turebe.org/>

³⁸ <http://soyecoturista.com/>

ferias a nivel local o regional o, a instancias del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, nacional o internacional, etc.).

- Articular las actividades de promoción del itinerario sobre los activos singulares que el mismo y su entorno posean (espacios protegidos, instalaciones culturales, folklore, gastronomía, etc.).
- Colaboración entre los distintos estamentos locales, provinciales y autonómicos implicados o con competencias en materia de turismo, deporte e infraestructuras, para conseguir unificar los recursos que se puedan destinar a la promoción de cada itinerario.

EJE DE ACTUACIÓN: MEJORA DEL CONOCIMIENTO SOBRE EL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES

Durante la realización del presente estudio se han identificado distintas carencias de información en relación con la práctica del senderismo en general y con el Programa de Caminos Naturales en particular. Una mejor información permite una toma de decisiones mejor, aunque solo sea por más informada.

Entre las actividades a realizar en el marco de este eje de actuación podrían considerarse:

- ✧ Promoción para que las instituciones encargadas de realizar estadísticas (Instituto Nacional de Estadística, Instituto de Turismo de España TURESPAÑA o el propio Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente) elaboren algunas operaciones relativas a la práctica del senderismo, del ciclismo recreativo en naturaleza o, en general, a la práctica de actividades de turismo activo.
- ✧ Fomentar la realización de estudios sobre los itinerarios incluidos en el Programa de Caminos Naturales: descripción y análisis del medio natural (geología, geomorfología, fauna, flora, etc.) y cultural (historia del sendero, folklore, papel del sendero en la red de comunicaciones, etc.) de los itinerarios.
- ✧ Fomentar la realización de estudios sobre la utilización de los itinerarios incluidos en el Programa de Caminos Naturales (realización de aforos manuales, instalación de aforadores automáticos, realización de encuestas a usuarios, etc.).

EJE DE ACTUACIÓN: ARQUITECTURA INSTITUCIONAL DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES

La extensión de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales —más de 8.700 kilómetros— y los instrumentos existentes en relación al turismo de naturaleza como producto turístico —como, por ejemplo, el *Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad 2014-2020* recientemente aprobado— constituyen una buena base para configurar al Programa como un activo para atraer cicloturistas y senderistas de otros países.

Para conseguir atraer a los usuarios que provienen de países donde el uso cotidiano de la bicicleta o donde la práctica del senderismo es más elevada, se necesita una estrategia planificada, coordinada y activamente apoyada desde las diversas instancias del Estado.

Uno de los principios básicos de funcionamiento que esta arquitectura institucional del Programa de Caminos Naturales debería a la vez desarrollar y ejecutar es el trabajo en red, con todo lo que ello implica de colaboración de los distintos agentes (especialmente, gobierno central y gobiernos locales y autonómicos) para la consecución de un objetivo común: dar a conocer los itinerarios del Programa de Caminos Naturales para configurarlos como un activo para el crecimiento económico, la diversificación económica del medio rural y, en definitiva, el desarrollo rural.

4 Referencias bibliográficas y bibliografía

4.1 Referencias bibliográficas citadas en el texto

BRYAN, J., JONES, C., MUNDAY, M. y ROCHE, N. (2011) *The Economic Impact of Walking and Hill Walking in Wales*. Welsh Economy Research Unit. Cardiff University.

BUNDERMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU UND STADTENTWICKLUNG (2007) *Regionalwirtschaftliche Effekte des Radtourismus in Rheinland-Pfalz*. Europäisches Tourismus Institut and der Universität Trier GmbH.

BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND TECHNOLOGIE (2010) *Zukunftsmarkt Wandern Erste Ergebnisse der Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern*.

CHRISTIE, M. y MATTHEWS, J. (2003) *The Economic and Social Value of Walking in England*.

COILLTE y THE IRISH SPORTS COUNCIL (2005) *Economic Value of Trails and Forest Recreation in the Republic of Ireland*. Final Report.

COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES (2006) *A renewed EU Tourism Policy: Towards a stronger partnership for European Tourism*. COM(2006) 134 final, Commission of the European Communities.

EUROPEAN PARLIAMENT'S COMMITTEE ON TRANSPORT AND TOURISM (2012) *The European Cycle Route Network EuroVelo. Challenges and Opportunities for Sustainable Tourism*. Directorate General for Internal Policies. Policy Department B: Structural and Cohesion Policies. Transport and Tourism.

FERNÁNDEZ, M., MORENO, V., PICAZO, I., TORRES, A. y MARTÍNEZ, B. (2013) *Valoración de los costes indirectos de la Red Natura 2000 en España*, en MORENO, V., PICAZO, I., VÁZQUEZ-DODERO, I. e HIDALGO, R. (coords.) *Valoración de los costes de conservación de la Red Natura 2000 en España*. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Madrid.

FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD Y FUNDACIÓN DE LOS FERROCARRILES ESPAÑOLES (2007) *Inventario y diagnóstico de infraestructuras no motorizadas en España*.

GONZÁLEZ, J.R. (2006) *Conceptualización del Producto Turístico: dar sentido al concepto para su gestión*. *Investigación y marketing*, 92, 42-49.

GUÀRDIA, C. (2011) *La creación de una red de senderos locales como estrategia turística de futuro en zonas de montaña: el caso de Alp (Pirineo catalán)*.

HERNÁNDEZ, J. (2011) *Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales*. *Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural*: 9(2), 225-236.

INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (2007) *Estudios de Productos Turísticos: Turismo de Montaña*. Instituto de Turismo de España (Turespaña).

LEONTIEF, W. (1941) *The Structure of American Economy, 1919-1929: an Empirical Application of Equilibrium Analysis*. Harvard University Press. Cambridge,

LEONTIEF, W. (1966) *Input-Output economics*. Oxford University Press. Nueva York.

LEONTIEF, W. (1970): "Environmental Repercussions and the Economic Structure: An Input-Output Approach". *The Review of Economics and Statistics*, 52(3), 262-71.

MATÓ, E. y TROYANO, X. (2014) *El impacto económico del cicloturismo en Europa. Síntesis de los principales estudios realizados*. 2014.

MERCAT, J. (2009) *Spécial économie du vélo. Étude complète*. Paris, France: ATOUT FRANCE.

MIDMORE, P. (2000) *The economic value of walking in rural Wales*. An independent report for the Ramblers' Association in Wales.

NASARRE, J.M. (2012) *Senderos Señalizados y Desarrollo Rural Sostenible*. Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada.

PALAU, R., FORGAS, S., BLASCO, D. y FERRER, B. (2012). An Analysis of Greenways from an Economic Perspective. *Tourism Planning & Development*, 9(1), 2012. Special Issue: LOW CARBON TOURISM TRAVEL: CYCLING, WALKING AND TRAILS

RODRÍGUEZ, M. y RODRÍGUEZ, L. (2010-2012) El senderismo dentro del contexto experiencial del turismo actual: ¿ocio o negocio? *Decisión*, 11, 21-42.

SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (2004) *El turismo de naturaleza en España y su plan de impulso*. Subdirección General de Calidad e Innovación Turística, Secretaría General de Turismo, Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Estudio Realizado por la U.T.E. Antar-Ecotono.

SIMPSON, M.C., GÖSSLING, S., SCOTT, D., HALL, C. M. y GLADIN, E. (2008). *Climate change adaptation and mitigation in the tourism sector: frameworks, tools and practices*. Oxford: United Nations Environment Programme.

4.2 Bibliografía temática

4.2.1 Referencias sobre impacto económico de los caminos. Cálculo de indicadores relativos de impacto económico

Estudios basados en fuentes primarias:

BOWKER, J.M., BERGSTROM, J.C. y GILL, J. (2004a) *The Virginia Creeper Trail: An Assessment of User Demographics, Preferences, and Economics*. Final Report Prepared for the Virginia Department of Conservation.

BOWKER, J.M., BERGSTROM, J.C., GILL, J. y LEMANSKI, U. (2004b) *The Washington & Old Dominion Trail: An Assessment of User Demographics, Preferences, and Economics*. Final Report Prepared for the Virginia Department of Conservation.

BOWKER, J.M., BERGSTROM, J.C. y GILL, J. (2007) Estimating the economic value and impacts of recreational trails: a case study of the Virginia Creeper Rail Trail. *Tourism Economics*, 13(2), 241-260.

MOORE, R.L. y BARTHLOW, K. (1998) *The Economic Impacts and Uses of Long-Distance Trails. Featuring a Case Study of the Overmountain Victory National Historic Trail*. Prepared for United States Department of the Interior, National Park Service.

RÉGION CENTRE (2007) *Enquête de fréquentation et d'impact économique 2006*. EuroVelo 6: Région Centre.

VENEGAS, E.C. (2009) *Economic Impact of Recreational Trail Use in different regions of Minnesota*. University of Minnesota Tourism Center. Minnesota Department of Natural Resources. The Minnesota Recreational Trail Users Association.

Estudios basados en fuentes secundarias:

BRYAN, J., JONES, C., MUNDAY, M. y ROCHE, N. (2011) *The Economic Impact of Walking and Hill Walking in Wales*. Welsh Economy Research Unit. Cardiff University.

CHRISTIE, M. y MATTHEWS, J. (2003) *The Economic and Social Value of Walking in England*.

COILLTE y THE IRISH SPORTS COUNCIL (2005) *Economic Value of Trails and Forest Recreation in the Republic of Ireland*. Final Report.

TAYLOR, D.T., NAGLER, A., BASTIAN, C.T. y FOULKE, T. (2013) *The Economic Impact of Non-motorized Trail Usage on National Forests in Wyoming*. University of Wyoming, Department of Agricultural & Applied Economics.

THE GLAMIS CONSULTANCY LTD AND CAMPBELL MACRAE ASSOCIATES (2012) *John Muir coast to coast trail: Economic benefits study*. Scottish Natural Heritage Commissioned Report No.508.

Anexo I: Encuesta a usuarios de Caminos Naturales





Camino

Nº de cuestionario

Punto de muestreo

Fecha (D/M/A)

Hora de la encuesta

Día de la semana

Estado del tiempo S N LL

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente está desarrollando un estudio sobre el Programa de Caminos Naturales, con el fin de conocer cómo la gente utiliza los caminos acondicionados para su disfrute y la opinión que tienen sobre los mismos. Como usuario de un camino incluido dentro del Programa de Caminos Naturales nos gustaría realizarle unas preguntas; el cuestionario no supondrá más de diez minutos de su tiempo.

Actividad del usuario Senderismo / carrera Ciclismo Otros

1. ¿Vive usted en la zona o se encuentra en ella de visita?

Vive en la zona (ir a la pregunta 2)

Turista (ir a la pregunta 9)

2. ¿Con qué frecuencia hace usted la actividad por la que está en el camino (senderismo/carrera, ciclismo, etc.)?

A diario Semanalmente Mensualmente Menos de una vez al mes Casi nunca

3. ¿Con qué frecuencia usa este camino para esa misma actividad?

A diario Semanalmente Mensualmente Menos de una vez al mes Casi nunca

4. ¿Cuánto tiempo dedica cada vez que usa este camino?

Menos de 30 minutos Entre 30 minutos y 1 hora Entre 1 y 2 horas Más de 2 horas

5. ¿A qué hora del día generalmente usa el camino? (puede haber más de una respuesta)

Por la mañana

Por la tarde

Por la noche

6. ¿Existen en la zona alternativas similares a este camino para desarrollar su actividad?

No

Sí, pero no tan atractivas

Sí, iguales y mejores

NS/NC

7. De no existir este camino, ¿realizaría usted la actividad que realiza en él?

Sí, exactamente igual

Sí, pero quizás con menos frecuencia

No

8. Para disfrutar de este camino, ¿incurre usted en algún gasto? (transporte, comida, bebida, etc.)

No

Sí ¿En qué?

¿Cuánto?

 €

Características socioeconómicas del grupo encuestado (una vez rellenado, pase a la pregunta 19)

Hombre

Mujer

Menos de 18 años

Entre 18 y 35 años

Entre 35 y 65 años

Más de 65 años

Trabajador/a

Autoempleado/a

Jubilado/a

Parado/a

No activo



9. ¿Cómo ha influido la existencia de este camino en la decisión de venir a la zona?

- Nada
- Un poco
- Bastante
- Razón principal
- Sin respuesta

10. ¿Qué trayecto del camino ha venido a hacer? (ida y vuelta) km horas

11. ¿Cuál es su lugar de residencia? Código postal / País

12. ¿Cuánta gente le acompaña durante su visita? personas

(Si la visita es un viaje organizado, indique el número de personas de su grupo más inmediato, no del conjunto del viaje)

13. ¿Cuánto tiempo va a durar su visita? días

14. ¿Cuánto dinero se ha gastado o espera gastarse aproximadamente durante su visita a la zona? ¿Dónde ha realizado el gasto?

(Indique el gasto conjunto para cada concepto de su grupo de acompañantes)

Concepto	En municipios próximos al camino	En otros municipios (en origen y durante el viaje)	TOTAL
Comida y bebida	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Alojamiento	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Combustible (transporte privado)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Transporte público o concertado (tren, autobús, etc.)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Otros (equipamiento, guías, folletos, regalos...)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
TOTAL	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

15. ¿Cuántas veces al año visita esta zona para el mismo tipo de actividad? veces

16. ¿Cuántas veces al año realiza este tipo de actividad en otras zonas? veces

17. ¿Sabría indicar cuántas veces al año desarrolla esta actividad en infraestructuras incluidas en el Programa de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente?

- No, no conozco el Programa de Caminos Naturales
- No, no me fijo en la adscripción del camino
- Sí veces

18. ¿En qué época del año realiza esta actividad mayoritariamente? (indique un porcentaje aproximado)

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> NS/NC
Primavera	Verano	Otoño	Invierno	

Características socioeconómicas del grupo encuestado (una vez rellenado, pase a la pregunta 19)

- Hombre
- Mujer

- Menos de 18 años
- Entre 18 y 35 años
- Entre 35 y 65 años
- Más de 65 años

- Trabajador/a
- Autoempleado/a
- Jubilado/a
- Parado/a
- No activo



19. ¿Conoce el Programa de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente?

- No lo conozco (ir a la pregunta 25) Lo conozco un poco
- Lo conozco bastante y he visitado varios caminos
- Lo conozco y suelo usar su web como fuente de información para mis excursiones

20. ¿Cómo ha conocido el Programa de Caminos Naturales? (puede indicarse más de una opción)

- Página web del Ministerio Amigos / familiares Medios de comunicación
- Federación deportiva Otros _____ Promotor del camino

21. ¿Utiliza la información proporcionada en la página web del Ministerio para la programación de su excursión?

- No, no conocía la existencia de esa información No, la conozco pero nunca la he utilizado
- Sí, alguna vez Sí, siempre que visito un camino del Programa

22. ¿En qué manera influye la existencia de un camino del Programa de Caminos Naturales en el destino de sus excursiones?

- Nunca ha influido en el destino Alguna vez ha condicionado el destino
- Muchas veces ha condicionado el destino Otros _____

23. ¿Qué opinión le merece el Programa de Caminos Naturales? (1: peor opinión; 10: mejor opinión)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

24. ¿Desea hacer algún comentario sobre el Programa de Caminos Naturales? (Fin de la encuesta)

25. El Programa de Caminos Naturales es una iniciativa del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente por la que se acondicionan infraestructuras en desuso o infrautilizadas para su uso y disfrute por parte de la población con fines deportivos y turísticos. En la actualidad, existen más de 8.500 kilómetros de caminos distribuidos por toda la geografía nacional. Califique de 1 a 10 su interés por esta iniciativa (siendo 1 el menor interés y 10 el máximo interés) (Fin de la encuesta)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Muchas gracias por su colaboración en este estudio

Anexo II: Encuesta a promotores de Caminos Naturales construidos sobre plataformas de ferrocarril





Estudio sobre el nivel de uso e impacto socioeconómico de las Vías Verdes españolas integradas en el Programa de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

CUESTIONARIO PARA GESTORES y RESPONSABLES DE LA VÍA VERDE

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) ha encargado a la Fundación de los Ferrocarriles Españoles una asistencia técnica para la realización de un **Estudio sobre el nivel de uso e impacto socioeconómico de las Vías Verdes españolas integradas en el Programa de Caminos Naturales**

El objetivo de este estudio es dotar al MAGRAMA de información cuantitativa y cualitativa sobre el nivel de uso y el impacto socioeconómico que tienen las vías verdes del Estado español. Con esta investigación se esperan obtener los siguientes resultados:

- Disponer de algunos datos actuales cuyo análisis y conclusiones permitan mejorar la gestión en vías verdes y la toma de decisiones por parte del MAGRAMA en torno al desarrollo de su Programa de Caminos Naturales.
- Una aproximación al actual nivel de uso de las vías verdes, el perfil de los usuarios que visitan las vías verdes, estacionalidad de los flujos de visitantes y reparto modal de los distintos tipos de usuarios.
- Un panorama general del impacto socioeconómico que generan las vías verdes en el territorio, a partir de la investigación de las buenas prácticas que están promoviendo este desarrollo sostenible, y que pueden ser transferibles a otras vías verdes.
- Información que permita ser utilizada y divulgada por el MAGRAMA en conferencias, foros, informes, memorias, reportajes para medios de comunicación.

(Véase adjunta carta del MAGRAMA dirigida a los receptores de este cuestionario)

La Fundación de los Ferrocarriles Españoles (FFE), coordinadora a nivel nacional del Programa Vías Verdes, es la responsable de la realización de este Estudio, del cual forma parte la presente encuesta a gestores y responsables de las vías verdes acondicionadas en el marco del programa de Caminos Naturales del Ministerio.

Tanto el MAGRAMA como la FFE le rogamos dedique unos minutos a contestar este cuestionario, con la seguridad de que está contribuyendo a avanzar en el desarrollo rural y turístico de todas las vías verdes del Estado en su conjunto.

En el caso de que el destinatario gestione más de una Vía Verde utilice un cuestionario para cada una de las vías verdes.

Gracias por su colaboración



Estudio sobre el nivel de uso e impacto socioeconómico de las Vías Verdes españolas integradas en el Programa de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

Nombre de la Vía Verde: _____

Gestor y/o responsable de la Vía Verde:

- Nombre del ente gestor:
- Persona de contacto:
- Cargo:
- Dirección postal:
- Teléfono:
- E-mail:
- Web:

DATOS SOBRE LA OFERTA TURÍSTICA

1. Algunos datos básicos de la Vía Verde:

- Longitud de la Vía Verde (km):
- Nº de edificios ferroviarios rehabilitados con nuevo uso:
- Nº de edificios ferroviarios no rehabilitados:

2. Indique, por favor, el número total de alojamientos, restaurantes y empresas de turismo activo, por tipología, existentes en los municipios por los que pasa la Vía Verde:

	Nº
Hoteles	
Hostales	
Casas rurales	
Camping	
Albergues	
Apartamentos turísticos	
Áreas para auto caravanas	
Otros alojamientos (especificar)	
Restaurantes	
Centros BTT	
Empresas de alquiler de bicicletas	
Empresas de ocio activo (rutas guiadas, escalada, parapente, etc.)	
Empresas de Rutas a caballo	
Otras (especificar)	

2a. ¿Qué porcentaje de los anteriores considera que se han creado a raíz de la existencia de la vía verde? (ej. el 20% de las casas rurales; el 90% de las empresas de alquiler de bicicletas)

	%
Hoteles	
Hostales	
Casas rurales	
Camping	
Albergues	
Apartamentos turísticos	
Áreas para auto caravanas	
Otros alojamientos (especificar)	



Estudio sobre el nivel de uso e impacto socioeconómico de las Vías Verdes españolas integradas en el Programa de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

Restaurantes	
Centros BTT	
Empresas de alquiler de bicicletas	
Empresas de ocio activo (rutas guiadas, escalada, parapente, etc.)	
Empresas de Rutas a caballo	
Otras (especificar)	

3. Nombre y página web de las empresas de turismo activo, por tipología, existentes en los municipios por los que pasa la Vía Verde:

	Nombre	Página web
Centros BTT y alquiler de bicicletas		
Ocio activo (rutas guiadas, escalada, parapente, etc.)		
Rutas a caballo		
Otras (especificar)		

4. Indique, por favor, el número de equipamientos turísticos situados en la propia Vía Verde que no requieran desplazamientos superiores a 100 metros para los visitantes:

	Establecimientos	nº Plazas / nº bicicletas
Alojamiento		
Restaurantes		
Kioscos o bares		
Centros BTT (Centros de bicicleta de montaña)		
Centros de alquiler de bicicletas		
Puntos de información turística		
Centros de interpretación y museos		
Otros (especificar)		



Estudio sobre el nivel de uso e impacto socioeconómico de las Vías Verdes españolas integradas en el Programa de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

4a. ¿Qué porcentaje de los anteriores equipamientos turísticos considera que se han creado a raíz de la existencia de la vía verde? (ej. el 80% del alojamiento; el 90% de las empresas de alquiler de bicicletas)

	Porcentaje de establecimientos
Alojamiento	
Restaurantes	
Kioscos o bares	
Centros BTT (Centros de bicicleta de montaña)	
Centros de alquiler de bicicletas	
Puntos de información turística	
Centros de interpretación y museos	
Otros (especificar)	

5. Detalle que edificaciones ferroviarias (estaciones, apeaderos, almacenes, etc.) se han rehabilitado como equipamientos en la vía verde y el uso o usos actuales de las mismas así como edificios de nueva construcción junto a la vía verde.

5a. Detalle cuántos de los equipamientos turísticos ubicados en estaciones y edificios de nueva construcción considera que se han creado a raíz de la existencia de la vía verde.

5b. Indique que porcentaje de los clientes de estos establecimientos turísticos son usuarios de la vía verde

6. Indique, por favor, si ha detectado la existencia de paquetes turísticos tanto locales, como de otras empresas nacionales, así como extranjeros, en los que se comercialice su Vía Verde. Si lo sabe, añada el lugar de procedencia del turoperador/agencia de viajes.

- Si ¿Cuáles? ¿De dónde?
- No



Estudio sobre el nivel de uso e impacto socioeconómico de las Vías Verdes españolas integradas en el Programa de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

DATOS SOBRE LA DEMANDA TURÍSTICA

[Conteste a las siguientes preguntas según su estimación o con datos en el caso de que éstos existan]

7. Indique, por favor, si se ha realizado algún estudio de demanda de la vía verde

7a. Nombre del Estudio:

7b. Fecha del estudio y tipo de datos recogidos:

8. Indique, por favor, si existen **contadores automáticos** de afluencia de visitantes

8a. Número de ellos instalados:

8b. Tipología y modo de funcionamiento:

8c. ¿Desde cuándo están instalados?

8d. Indique por favor los últimos datos de usuarios registrados:

Usos contabilizados	En bicicleta	A pie	Totales
2011			
2012			
2013			

9. ¿Utiliza algún otro sistema para contabilizar usuarios?

- Si

- No

9a. ¿Cuál?

9b. Indique, por favor, los últimos datos de usuarios registrados:

Usos contabilizados	En bicicleta	A pie	Totales
2011			
2012			
2013			

10. Indique, por favor, cuál es el perfil de usuarios de la Vía Verde (suma del 100%)

Perfil usuarios de la vía verde	%
Porcentaje de población local	
Porcentaje de visitantes	

11. De los visitantes indique, por favor, qué porcentaje considera que son de origen nacional y cuál extranjero (suma el 100%)



Estudio sobre el nivel de uso e impacto socioeconómico de las Vías Verdes españolas integradas en el Programa de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

De la misma Comunidad Autónoma	De otras Comunidades Autónomas	Extranjeros	Total
			100%

11a. Respecto a los visitantes nacionales ¿Sabe de qué Comunidades Autónomas proceden los visitantes de la vía verde?

11b. Respecto a los visitantes extranjeros ¿Sabe de qué países proceden los visitantes de la vía verde?

12. De los visitantes, indique por favor qué porcentaje recorren la vía verde a pie y en bicicleta (suma el 100%)

13. Indique, por favor, cuál es el perfil de los turistas (no residentes) de la vía verde (suma del 100%)

Perfil turistas de la vía verde	%
Porcentaje de visitantes que pernoctan en la zona	
Porcentaje de visitantes que NO pernoctan en la zona	

14. Marque cuáles son los momentos de máximo aprovechamiento de la Vía Verde por los visitantes

Uso de la Vía Verde	
A diario	
Fines de semana	
Puentes festivos	
Vacaciones de semana santa	
Vacaciones de verano	
Vacaciones de navidad	

15. Indique, por favor, cuáles son las estaciones del año con mayor afluencia de la Vía Verde por los visitantes (Suma el 100%)

Uso por estaciones	%
Porcentaje de visitantes en primavera	
Porcentaje de visitantes en verano	
Porcentaje de visitantes en otoño	
Porcentaje de visitantes en invierno	

16. ¿Ha observado un incremento del uso turístico de la Vía Verde en los últimos 3 años?

- Si
- No



Estudio sobre el nivel de uso e impacto socioeconómico de las Vías Verdes españolas integradas en el Programa de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

16a ¿En qué porcentaje diría que se ha incrementado el número de visitas a la Vía Verde en los últimos 3 años?

DATOS SOBRE LA GESTIÓN Y EMPLEO

17. Marque cuál es la figura de gestión de la Vía Verde:

Gestor de la Vía Verde	
Ayuntamiento/s	
Grupo o Asociación de Desarrollo Local	
Mancomunidad de municipios	
Consortio	
Fundación	
Diputación provincial / foral	
Gobierno Regional	
Otras Asociaciones	
Otro (especificar)	

18. Indique, por favor, cual ha sido en los últimos años el gasto fijo para el mantenimiento ordinario y gestión de la Vía Verde realizado por el órgano gestor (excluyendo actividades y promoción).

Anualidad	Gasto Fijo	Mantenimiento ordinario	Gestión
2009			
2010			
2011			
2012			
2013			

19. Indique, por favor, cuáles han sido las inversiones en equipamientos, actividades, promoción, etc. realizado por el órgano gestor (excluyendo los gastos fijos de mantenimiento y gestión)

Anualidad	Equipamientos (con los presupuestos del ente gestor)	Actividades y promoción (con los presupuestos del ente gestor)	Equipamientos y Actividades (con presupuesto de otras ayudas estatales, autonómicas...)
2009			
2010			
2011			
2012			
2013			



Estudio sobre el nivel de uso e impacto socioeconómico de las Vías Verdes españolas integradas en el Programa de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

20. Marque por favor, las principales iniciativas de promoción de la Vía Verde realizadas durante los últimos 5 años.

Iniciativas de promoción sobre la Vía verde	
Edición de páginas web y redes sociales	
Edición de folletos	
Edición de publicaciones (guías, DVD...)	
Publicidad pagada en medios	
Campañas de Comunicación en medios (sin coste)	
Asistencia a ferias nacionales	
Asistencia a ferias internacionales	
Viajes de familiarización (fam-trip) y de prensa (press trip)	
Producción de <i>merchandising</i>	
Celebración del Día nacional y/o europeo de las vías verdes	
Organización de otras actividades	
Destaque las que considere más relevantes	

21. Enumere, por favor, las principales iniciativas para equipamientos de la Vía Verde realizadas durante los últimos 3 años (incluyendo las de carácter plurianual). Ej. Subvenciones recibidas, programas en marcha...etc. especifique el programa/proyecto, las actuaciones incluidas, las inversiones realizadas y el ente inversor de las mismas.



Estudio sobre el nivel de uso e impacto socioeconómico de las Vías Verdes españolas integradas en el Programa de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

21b. Enumere, por favor, las principales iniciativas para mejoras del trazado de la Vía Verde realizadas durante los últimos 3 años (incluyendo las de carácter plurianual), tanto las realizadas por el órgano gestor como por otras administraciones.

22. Señale el número de personas que trabajan actualmente de forma directa en el mantenimiento y la gestión de la Vía Verde, tanto fijos como eventuales.

Empleo en la Vía Verde	Fijos	Eventuales
Gerente		
Técnico/s (de medio ambiente, turismo, desarrollo local, etc)		
Personal de comunicación o prensa		
Administrativo/s		
Personal de mantenimiento		
Patrulla Verde		
Otros (especificar)		
TOTAL		

22b. Del personal eventual indique por favor cuántos están contratados por la entidad gestora y cuántos están adscritos a programas concretos (ej. para el desarrollo de un programa o proyecto)

23. Indique, por favor, el número aproximado de personas que trabajan de forma directa, en temporada alta y baja, en los equipamientos turísticos situados en la propia Vía Verde que no requieran desplazamientos superiores a 100 metros para los visitantes:

Empleo en la Vía Verde	Temporada Alta (*) (fines de semana, puentes, semana santa verano, navidad)	Temporada Baja (resto del año)
Entidad gestora		
Alojamiento		
Restaurantes		
Centros de alquiler de bicicletas		
Centros BTT (Centros de bicicleta de montaña)		
Puntos de información turística		
Centros de interpretación y museos		
Otros (especificar)		

(*) Estas categorías a modo de ejemplo podrían variar en cada caso.



Estudio sobre el nivel de uso e impacto socioeconómico de las Vías Verdes españolas integradas en el Programa de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

24. Indique, por favor, si se ha realizado en los últimos tres años algún tipo de formación ocupacional en disciplinas relacionadas con el aprovechamiento turístico de la Vía Verde (ej. talleres de empleo para la recuperación de estaciones, cursos de guías turísticos, etc.)

- SI
- NO

25. En caso afirmativo indique, por favor, las 3 últimas ofertas formativas:

Título del curso / taller de empleo	Año	Número de alumnos	Número de horas

26. Indique, por favor, cuáles son a su juicio las mejores iniciativas turísticas (tanto públicas como privadas) puestas en marcha en su Vía Verde que han incidido más en el desarrollo local del entorno.

27. ¿Considera que otras empresas y proveedores locales no relacionados directamente con la vía verde se benefician de (de manera indirecta) de la existencia de la Vía Verde?

- Si
- NO



Estudio sobre el nivel de uso e impacto socioeconómico de las Vías Verdes españolas integradas en el Programa de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

28. Indique en qué medida cree que la Vía Verde incide en el desarrollo rural respecto a los siguientes criterios. (Valore del 1 al 10, siendo 1 la puntuación mínima y 10 la puntuación máxima).

Incidencia en el desarrollo local	Valore del 1 al 10
promoción turística de toda la comarca	
promoción del "nombre" de la comarca como marca	
creación de nueva oferta turística	
mejora de la calidad de vida de los habitantes	
creación de empleo local	
aumento del volumen de negocio de las empresas locales	
a. alojamiento	
b. bares y restaurantes	
c. tiendas de alimentación	
d. otros comercios y empresas locales	
e. empresas de transporte (ej. taxis, buses)	
f. otros	
Otras (especificar)	

29. En una escala del 1 al 10 ¿Cuál cree que sería el grado tanto actual como potencial de aprovechamiento turístico de la Vía Verde teniendo en cuenta que el 1 significa "ningún aprovechamiento turístico" y 10 "máximo grado de aprovechamiento turístico (saturación)"?

Aprovechamiento turístico de la Vía Verde	Actual	Potencial
Grado de aprovechamiento turístico		
Volumen de turistas que acuden a la zona y hacen uso de la vía verde		
Volumen de empresas de turismo activo que operan en la vía verde		

30. ¿Cuáles cree que son las principales carencias o debilidades de esta Vía Verde desde los siguientes puntos de vista ?

Carencias o debilidades de la Oferta turística:

Carencias o debilidades de la Demanda turística:

Carencias o debilidades de la Promoción turística:

Carencias o debilidades de la Comercialización turística:



Estudio sobre el nivel de uso e impacto socioeconómico de las Vías Verdes españolas integradas en el Programa de Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

31. ¿Cuáles cree que son las fortalezas y potencialidades de esta Vía Verde desde los siguientes puntos de vista?

Fortalezas y potencialidades de la Oferta turística:

Fortalezas y potencialidades de la Demanda turística:

Fortalezas y potencialidades de la Promoción turística:

Fortalezas y potencialidades de la Comercialización turística:

32. OBSERVACIONES. Utilice este campo para anotar las observaciones, consideraciones o sugerencias que crea de interés.

Para cualquier duda, información adicional y/o para enviar este cuestionario y cuánta información adicional considere puede dirigirse a:

¡Muchas gracias por su inestimable colaboración!

Anexo III: Encuesta a promotores de otros Caminos Naturales





Nombre del promotor

Entidades que forman parte del promotor

Caminos bajo responsabilidad del promotor

Número de caminos bajo responsabilidad del promotor

Número de kilómetros de caminos bajo responsabilidad del promotor

km

Costes de mantenimiento

Los promotores de los caminos del Programa de Caminos Naturales del MAGRAMA se comprometen a realizar el mantenimiento de las infraestructuras. En las tablas inferiores se consignarán los costes en los que incurre el promotor en conceptos de mantenimiento de los caminos bajo su tutela, gastos de gestión del camino e inversiones en equipamientos realizadas. Se habilita un espacio para la inclusión de comentarios cualitativos (características especiales del camino que influyan en los costes de mantenimiento, etc.).

Camino

Anualidad	Mantenimiento ordinario		Gastos de gestión		Inversiones en equipamientos	
	€	€/km	€	€/km	€	€/km
2009						
2010						
2011						
2012						
2013						

Comentarios adicionales, cualitativos, etc.



Actividades de promoción

Los promotores de los caminos integrados en el Programa de Caminos Naturales del MAGRAMA realizarán actividades de promoción con el objetivo de dar a conocer la existencia de los caminos. En el cuadro inferior se incluirán aquellas actividades de este tipo (página web, visitas de colegios, publicidad, elaboración de material divulgativo, etc.) realizadas periódicamente y las realizadas de forma puntual en los últimos 5 años, incluyendo información presupuestaria. En la columna de periodicidad se indicará la frecuencia con la que se realiza o se ha realizado dicha actividad.

Camino	
---------------	--

Iniciativas de promoción de los Caminos Naturales

Actividades	Sí / No	Presupuesto	Periodicidad
Edición de páginas web y redes sociales			
Edición de folletos			
Edición de publicaciones (guías, DVD...)			
Publicidad pagada en medios			
Campañas de comunicación en medios (sin coste)			
Asistencia a ferias nacionales			
Asistencia a ferias internacionales			
Viajes de familiarización (<i>fam-trip</i>) y de prensa (<i>press trip</i>)			
Organización de visitas de centros de educación			
Producción de merchandising			
Organización de otras actividades			

Datos sobre demanda turística o utilización del camino

En caso de disponer de información al respecto, en este apartado se incluirán datos relativos a aforo de visitantes a los caminos, estacionalidad de las visitas, tipo de usuarios (senderistas, ciclistas, etc.) que permitan caracterizar la utilización de la infraestructura. Se indicará el camino al que hacen referencia los datos y la metodología empleada para su obtención.

Camino	
---------------	--

Aspectos metodológicos de los datos de aforo

- Datos de aforos
 Estimaciones cualitativas

--

Datos de aforo de visitantes (usuarios/día)

Año	Número medio diario de visitantes	Número medio diario de visitantes en días laborables	Número medio diario de visitantes en festivos o fines de semana
2011			
2012			
2013			

Tipo de usuarios

En este apartado se indicará el tipo de actividad que realizan los usuarios de los caminos. En lo posible, se indicará la proporción por tipo de actividad.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Caminar / senderismo _____ % | <input type="checkbox"/> Ciclismo _____ % |
| <input type="checkbox"/> Correr _____ % | <input type="checkbox"/> Equitación _____ % |
| <input type="checkbox"/> Otros _____ % | <input type="checkbox"/> Otros _____ % |



Perfil de los usuarios del camino

Porcentaje de población local _____ %

Porcentaje de visitantes _____ %

Origen de los usuarios visitantes del camino

De la misma Comunidad Autónoma	De otras comunidades autónomas	Extranjeros	Total
			100%

Estacionalidad de las visitas

En este apartado se indicará la estacionalidad en el uso del camino, indicándose el porcentaje sobre el total de visitas anuales correspondiente al tráfico de usuarios de cada período de tiempo. Siempre que sea posible, resultará preferible desglosar los datos por meses, pudiéndose en todo caso ofrecer datos por estaciones del año.

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov.	Dic.

Invierno	Primavera	Verano	Otoño

Efectos económicos de la existencia del camino

En este apartado el promotor informará sobre el efecto que la existencia del camino ha tenido y tiene en la economía de la zona por donde discurre, indicando el número aproximado de instalaciones o equipamientos turísticos existentes en la zona y estimando posteriormente el porcentaje de los mismos que fueron creados a raíz de la existencia del camino. Posteriormente, el promotor hará este mismo ejercicio para aquellos equipamientos turísticos más próximos al camino y cuya actividad puede verse más afectada por la existencia del mismo.

Instalaciones turísticas existentes en los municipios por los que discurre el camino	Número total	Creadas por la existencia del camino (%)
Hoteles		
Hostales		
Casas rurales		
Camping		
Albergues		
Apartamentos turísticos		
Áreas para autocaravanas		
Otros alojamientos (especificar)		
Restaurantes		
Centros BTT		
Empresas de alquiler de bicicletas		
Empresas de ocio activo (rutas guiadas, escalada, parapente, etc.)		
Empresas de Rutas a caballo		
Otras (especificar)		

Equipamientos turísticos situados a menos de 100 metros del camino	Número total	Creadas por la existencia del camino (%)
Alojamiento		
Restaurantes		
Kioskos y bares		
Centros BTT (Centros de bicicleta de montaña)		
Centros de alquiler de bicicletas		
Puntos de información turística		
Centros de interpretación y museos		
Otros (especificar)		



Creación de empleo

En este apartado el promotor informará sobre el efecto que la existencia del camino ha tenido y tiene en la economía de la zona por donde discurre en términos de empleo creado. Esta información se referirá a la actividad económica generada tanto por las Administraciones Públicas (empleo generado por la entidad gestora debido a las necesidades de mantenimiento y gestión del camino, etc.) como por iniciativas de carácter privado (nuevas empresas de turismo activo, hostelería, alquiler de material, etc.). Se diferenciará entre temporada alta y temporada baja. Las estimaciones de creación de empleo se realizarán en términos de **Equivalente a Tiempo Completo (ETC)**.

Empleo en equipamientos turísticos situados a menos de 100 metros del camino	Temporada alta (fines de semana, puentes, Semana Santa, verano, Navidad)	Temporada baja (resto del año)
Entidad gestora		
Alojamiento		
Restaurantes		
Centros de alquiler de bicicletas		
Centros BTT		
Puntos de información turística		
Centros de interpretación y museos		
Otros (especificar)		

Valoración de la incidencia del camino en el desarrollo local

El promotor realizará una valoración cualitativa de la incidencia del camino en distintos aspectos del desarrollo local. La valoración se realizará en una escala de 1 a 10, siendo 1 la puntuación mínima y 10 la puntuación máxima.

Incidencia en el desarrollo local	Valore de 1 a 10
Promoción turística de toda la comarca	
Promoción del "nombre" de la comarca como marca	
Creación de nueva oferta turística	
Mejora de la calidad de vida de los habitantes	
Creación de empleo local	
Aumento del volumen de negocio de las empresas locales	
a. Alojamiento	
b. Bares y restaurantes	
c. Tiendas de alimentación	
d. Otros comercios y empresas locales	
e. Empresas de transporte (taxis, autobuses, etc.)	
f. Otros	
Otros (especificar)	

Aprovechamiento turístico del camino

El promotor realizará una valoración cualitativa del grado tanto actual como potencial de aprovechamiento turístico del camino. La valoración se realizará en una escala de 1 a 10, siendo 1 la puntuación mínima ("ningún aprovechamiento turístico") y 10 la puntuación máxima ("máximo grado de aprovechamiento turístico (saturación)").

Aprovechamiento turístico del camino	Actual	Potencial
Grado de aprovechamiento turístico		
Volumen de turistas que acuden a la zona y hacen uso del camino		
Volumen de empresas de turismo activo que operan en el camino		



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

ENCUESTA A PROMOTORES
DE CAMINOS NATURALES 5/5

 Caminos
Naturales

Observaciones, consideraciones o sugerencias

Para cualquier duda, información adicional y/o para enviar este cuestionario y cuánta información adicional considere puede dirigirse a:

Muchas gracias por su colaboración

Anexo IV: Datos sobre uso de algunos itinerarios del Programa de Caminos Naturales

TABLA AI.1 / TIPO DE USUARIOS DE ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES

Itinerario	Usuarios locales	Usuarios turistas
C.N. de la Vía Verde del Hierro	60,00%	40,00%
C.N. de la Vía Verde de La Campiña Cordobesa (Córdoba)	85,00%	15,00%
C.N. de la Vía Verde de la Subbética	70,00%	30,00%
C.N. de la Sierra	25,00%	75,00%
C.N. de los Molinos del Agua	90,00%	10,00%
C.N. de la Vía Verde de La Campiña Cordobesa (Tramo: Ecija)	90,00%	10,00%
C.N. de Castejón de Monegros	80,00%	20,00%
C.N. de la Hoya de Huesca	95,00%	5,00%
C.N. de la Sierra de San Quílez (Binéfar)	80,00%	20,00%
C.N. de Pedro Saputo	90,00%	10,00%
C.N. del Alto Gállego Tramo: Presa de Lanuza	30,00%	70,00%
C.N. del Sifón de Albelda (TM.: de Albelda)	60,00%	40,00%
C.N. de la Vía Verde de la Val de Zafán	10,00%	90,00%
C.N. de Guadalaviar - Alfambra	100,00%	0,00%
C.N. De La Cordillera Cantábrica. GR109 Int.	5,00%	95,00%
C.N. de la Senda del Oso: Valdemurrio - Sta. Marina	10,00%	90,00%
C.N. de la Senda del Oso Tramo: Entrago-Cueva Huerta	15,00%	85,00%
C.N. de la Senda del Oso. Tramo: Sta.Marina-Ricabo	5,00%	95,00%
C.N. de Muñigo Covadonga	20,00%	80,00%
C.N. del Río Nalón (Fuso a Tuñón)	10,00%	90,00%
C.N. de La Palma	20,00%	80,00%
C.N. de Cumbres de la Gomera (GR131)	15,00%	85,00%
C.N. de Sarón - La Penilla	70,00%	30,00%
C.N. del Valle de Toranzo	60,00%	40,00%
C.N. de la Sierra de Alcaraz	25,00%	75,00%
C.N. de la Vía Verde de Villacañas a Quintanar	25,00%	75,00%
C.N. del Río Esla	70,00%	30,00%
C.N. de Los Hayedos y Robledales de Riaza	30,00%	70,00%
C.N. del Río Eresma	95,00%	5,00%

TABLA AI.1 / TIPO DE USUARIOS DE ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES (CONTINUACIÓN)

Itinerario	Usuarios locales	Usuarios turistas
C.N. del Río Duero	2,00%	98,00%
C.N. de La Séquia	80,00%	20,00%
C.N. de L'Anell Verd de Sant Boí	70,00%	30,00%
C.N. del Río Manol (TM.: Vila-sacra)	10,00%	90,00%
C.N. de Port de Vielha	15,00%	85,00%
C.N. del Río Segre (T. de Segre-Pant. De Utxesa)	60,00%	40,00%
C.N. del Camí del Riu	90,00%	10,00%
C.N. del Camino del Agua	40,00%	60,00%
C.N. de Les Mines (TM: Ribera D'Urgellet)	20,00%	80,00%
C.N. del Baix Ebre	50,00%	50,00%
C.N. de La Etapa 42.1 del CN del Ebro	80,00%	20,00%
C.N. del Río Glorieta (Alcover)	20,00%	80,00%
C.N. del Río Glorieta (Mont-ral)	10,00%	90,00%
C.N. de La Senda del Río Barbantiño (Maside)	18,00%	82,00%
C.N. de La Senda del Río Barbantiño (Amoeiro)	15,00%	85,00%
C.N. de La Senda del Río Barbantiño (Punxin)	50,00%	50,00%
C.N. de La Ribera Sacra (Eje Principal, Ram. y Ruta)	33,33%	66,67%
C.N. de Las Rutas Ecológicas del Río Catoira	60,00%	40,00%
C.N. de Las Sendas en Abalo	60,00%	40,00%
C.N. del Camí de Cavalls	66,00%	34,00%
C.N. de Son Juny (Sant Joan)	85,00%	15,00%
C.N. del Valle del Lozoya	30,00%	70,00%
C.N. del Plazaola (tramo Navarra)	20,00%	80,00%
C.N. del Plazaola (tramo Leizaran)	73,00%	27,00%
C.N. de Sopuerta-Galdames (El Hoyo - La Aceña)	98,00%	2,00%
C.N. del Noroeste	70,00%	30,00%
C.N. de Dénia	70,00%	30,00%
C.N. de "Ruta de Los Molinos de Agua" Lucena del Cid	35,00%	65,00%
C.N. de La Safor	50,00%	50,00%

TABLA AI.1 / TIPO DE USUARIOS DE ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES (CONTINUACIÓN)

Itinerario	Usuarios locales	Usuarios turistas
C.N. de Vasco Navarro	70,00%	30,00%
C.N. de La Ribera de Acebo (Todos)	20,00%	80,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

TABLA AI.2 / LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS USUARIOS DE ALGUNAS INFRAESTRUCTURAS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES

Itinerario	De la misma comunidad autónoma	De otras comunidades autónomas	Extranjeros
C.N. de la Vía Verde del Hierro	90,00%	5,00%	5,00%
C.N. de la Vía Verde de La Campiña Cordobesa (Córdoba)	99,00%	1,00%	0,00%
C.N. de la Vía Verde de la Subbética	50,00%	30,00%	20,00%
C.N. de La Sierra	80,00%	10,00%	10,00%
C.N. de los Molinos del Agua	95,00%	4,00%	1,00%
C.N. de Castejón de Monegros	90,00%	8,00%	2,00%
C.N. de la Hoya de Huesca	95,00%	0,00%	0,00%
C.N. de la Sierra de San Quílez (Binéfar)	95,00%	5,00%	0,00%
C.N. de Pedro Saputo	90,00%	8,00%	2,00%
C.N. del Alto Gállego Tramo: Presa de Lanuza	70,00%	20,00%	10,00%
C.N. del Sifón de Albelda (TM.: de Albelda)	70,00%	30,00%	0,00%
C.N. de la Vía Verde de la Val de Zafán	10,00%	87,00%	3,00%
C.N. De La Cordillera Cantábrica. GR109 Int.	15,00%	60,00%	25,00%
C.N. de la Senda del Oso: Valdemurrio - Sta. Marina	30,00%	65,00%	5,00%
C.N. de la Senda del Oso Tramo: Entrago-Cueva Huerta	60,00%	35,00%	5,00%
C.N. de la Senda del Oso. Tramo: Sta.Marina-Ricabo	70,00%	25,00%	5,00%
C.N. de Muñigo Covadonga	20,00%	60,00%	20,00%
C.N. del Río Nalón (Fuso a Tuñón)	70,00%	20,00%	10,00%
C.N. de La Palma	10,00%	10,00%	80,00%
C.N. de Cumbres de la Gomera (GR131)	20,00%	10,00%	70,00%
C.N. de Sarón - La Penilla	20,00%	60,00%	20,00%
C.N. del Valle de Toranzo	90,00%	9,00%	1,00%
C.N. de la Sierra de Alcaraz	50,00%	30,00%	20,00%
C.N. de la Vía Verde Villacañas a Quintanar de la Orden	50,00%	30,00%	20,00%
C.N. del Río Esla	35,00%	59,00%	6,00%
C.N. de Los Hayedos y Robledales de Riaza	15,00%	70,00%	15,00%
C.N. del Río Eresma	95,00%	3,00%	2,00%
C.N. del Río Duero	95,00%	14,00%	1,00%

TABLA AI.2 / LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS USUARIOS DE ALGUNAS INFRAESTRUCTURAS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES (CONTINUACIÓN)

Itinerario	De la misma comunidad autónoma	De otras comunidades autónomas	Extranjeros
C.N. de La Séquia	90,00%	0,00%	10,00%
C.N. de L'Anell Verd de Sant Boí	98,00%	1,50%	0,50%
C.N. del Río Manol (TM.: Vila-sacra)	100,00%	0,00%	0,00%
C.N. de Port de Vielha	40,00%	50,00%	10,00%
C.N. del Río Segre (T. de Segre-Pant. De Utxesa)	90,00%	5,00%	5,00%
C.N. del Camí del Riu	90,00%	5,00%	5,00%
C.N. del Camino del Agua	50,00%	30,00%	20,00%
C.N. de Les Mines (TM: Ribera D'Urgellet)	70,00%	20,00%	10,00%
C.N. del Baix Ebre	60,00%	30,00%	10,00%
C.N. de La Etapa 42.1 del CN del Ebro	100,00%	0,00%	0,00%
C.N. del Río Glorieta (Alcover)	95,00%	4,00%	1,00%
C.N. del Río Glorieta (Mont-ral)	60,00%	30,00%	10,00%
C.N. de La Senda del Río Barbantiño (Maside)	60,00%	30,00%	10,00%
C.N. de La Senda del Río Barbantiño (Amoeiro)	60,00%	30,00%	10,00%
C.N. de La Senda del Río Barbantiño (Munxin)	60,00%	30,00%	10,00%
C.N. de La Ribera Sacra (Eje Principal, Ram. y Ruta)	62,33%	30,00%	7,67%
C.N. de Las Rutas Ecológicas del Río Catoira	70,00%	20,00%	10,00%
C.N. de Las Sendas en Abalo	70,00%	20,00%	10,00%
C.N. del Camí de Cavalls	11,00%	53,00%	36,00%
C.N. de Son Juny (Sant Joan)	85,00%	15,00%	0,00%
C.N. del Valle del Lozoya	70,00%	20,00%	10,00%
C.N. del Plazaola (tramo Navarra)	27,00%	67,00%	6,00%
C.N. del Plazaola (tramo Leitzaran)	39,00%	41,00%	20,00%
C.N. de Sopuerta - Galdames (El Hoyo - La Aceña)	99,00%	1,00%	0,00%
C.N. del Noroeste	70,00%	20,00%	10,00%
C.N. de Dénia	20,00%	30,00%	50,00%
C.N. de "Ruta de Los Molinos de Agua" Lucena del Cid	80,00%	20,00%	0,00%
C.N. de La Safor	20,00%	60,00%	20,00%

TABLA AI.2 / LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS USUARIOS DE ALGUNAS INFRAESTRUCTURAS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES (CONTINUACIÓN)

Itinerario	De la misma comunidad autónoma	De otras comunidades autónomas	Extranjeros
C.N. de Vasco Navarro	60,00%	35,00%	5,00%
C.N. de La Ribera de Acebo (Todos)	80,00%	19,00%	1,00%
C.N. de La Senda del Pastoreo GR282	28,00%	70,00%	2,00%
C.N. de Montfalcó al Congost de Mont-Rebei	40,00%	60,00%	0,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

TABLA AI.3 / ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS USUARIOS DE ALGUNAS INFRAESTRUCTURAS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES

Itinerario	A pie	Ciclismo	Equitación	Otros
C.N. de la Vía Verde del Hierro	70,00%	30,00%	0,00%	0,00%
C.N. de la Vía Verde de La Campiña Cordobesa (Córdoba)	40,00%	60,00%	0,00%	0,00%
C.N. de la Vía Verde de la Subbética	60,00%	40,00%	0,00%	0,00%
C.N. de La Sierra	30,00%	70,00%	0,00%	0,00%
C.N. de los Molinos del Agua	60,00%	40,00%	0,00%	0,00%
C.N. de la Vía Verde de La Campiña Cordobesa (Écija)	65,00%	35,00%	0,00%	0,00%
C.N. de la Comarca de Somontano de Barbastro	85,00%	4,00%	1,00%	0,00%
C.N. de Castejón de Monegros	69,00%	30,00%	1,00%	0,00%
C.N. de la Sierra de San Quílez (Binéfar)	95,00%	5,00%	0,00%	0,00%
C. N. de Pedro Saputo	30,00%	70,00%	0,00%	0,00%
C.N. del Alto Gállego Tramo: Presa de Lanuza	89,00%	3,00%	2,00%	6,00%
C.N. del Sifón de Albelda (TM.: de Albelda)	60,00%	40,00%	0,00%	0,00%
C.N. de la Vía Verde de la Val de Zafán	5,00%	95,00%	0,00%	0,00%
C.N. de Guadalaviar - Alfambra	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
C.N. De La Cordillera Cantábrica. GR109 Int.	95,00%	0,00%	5,00%	0,00%
C.N. de la Senda del Oso: Valdemurrio - Sta. Marina	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%
C.N. de la Senda del Oso Tramo: Entrago-Cueva Huerta	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
C.N. de la Senda del Oso. Tramo: Sta.Marina-Ricabo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
C.N. de Muñigo Covadonga	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
C.N. del Río Nalón (Fuso a Tuñón)	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%
C.N. de La Palma	92,50%	2,50%	0,00%	0,00%
C.N. de Cumbres de la Gomera (GR131)	97,00%	3,00%	0,00%	0,00%
C.N. del Valle de Toranzo	65,00%	30,00%	0,00%	5,00%
C.N. de la Sierra de Alcaraz	40,00%	60,00%	0,00%	0,00%
C.N. de la Vía Verde de Villacañas a Quintanar de la Orden	80,00%	20,00%	0,00%	0,00%
C.N. de la Sierra de la Demanda	60,00%	40,00%	0,00%	0,00%
C.N. del Río Esla	80,00%	20,00%	0,00%	0,00%
C.N. de Los Hayedos y Robledales de Riaza	60,00%	35,00%	5,00%	0,00%
C.N. del Río Eresma	95,00%	5,00%	0,00%	0,00%

TABLA A1.3 / ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS USUARIOS DE ALGUNAS INFRAESTRUCTURAS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES (CONTINUACIÓN)

Itinerario	A pie	Ciclismo	Equitación	Otros
C.N. del Río Duero	86,00%	10,00%	2,00%	2,00%
C.N. de La Séquia	70,00%	30,00%	0,00%	0,00%
C.N. de L'Anell Verd de Sant Boí	58,00%	40,00%	0,00%	2,00%
C.N. de Port de Vielha	95,00%	5,00%	0,00%	0,00%
C.N. del Río Segre (T. de Segre-Pant. De Utxesa)	45,00%	30,00%	5,00%	20,00%
C.N. del Camí del Riu	54,00%	40,00%	1,00%	5,00%
C.N. del Camino del Agua	80,00%	20,00%	0,00%	0,00%
C.N. de Les Mines (TM: Ribera D'Urgellet)	30,00%	60,00%	10,00%	0,00%
C.N. del Baix Ebre	20,00%	80,00%	0,00%	0,00%
C.N. de La Etapa 42.1 del CN del Ebro	25,00%	75,00%	0,00%	0,00%
C.N. del Río Glorieta (Alcover)	95,00%	5,00%	0,00%	0,00%
C.N. del Río Glorieta (Mont-ral)	70,00%	30,00%	0,00%	0,00%
C.N. de La Senda del Río Barbantiño (Maside)	75,00%	2,00%	3,00%	20,00%
C.N. de La Senda del Río Barbantiño (Amoeiro)	73,00%	0,00%	0,00%	25,00%
C.N. de La Senda del Río Barbantiño (Punxin)	90,00%	10,00%	0,00%	0,00%
C.N. de La Ribera Sacra (Eje Principal, Ram. y Ruta)	90,00%	10,00%	0,00%	0,00%
C.N. de Las Rutas Ecológicas del Río Catoira	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
C.N. de Las Sendas en Abalo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
C.N. del Camí de Cavalls	83,00%	11,00%	6,00%	0,00%
C.N. de Son Juny (Sant Joan)	90,00%	0,00%	0,00%	10,00%
C.N. del Valle del Lozoya	80,00%	10,00%	5,00%	5,00%
C.N. del Plazaola (tramo Navarra)	60,00%	40,00%	0,00%	0,00%
C.N. del Plazaola (tramo Leitzaran)	75,00%	25,00%	0,00%	0,00%
C.N. de Sopuerta - Galdames (El Hoyo - La Aceña)	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%
C.N. del Noroeste	85,00%	15,00%	0,00%	0,00%
C.N. de Dénia	55,00%	45,00%	0,00%	0,00%
C.N. de los Molinos del Agua	90,00%	5,00%	5,00%	0,00%
C.N. de La Safor	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%
C.N. de Vasco Navarro	20,00%	80,00%	0,00%	0,00%

TABLA AI.3 / ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS USUARIOS DE ALGUNAS INFRAESTRUCTURAS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES (CONTINUACIÓN)

Itinerario	A pie	Ciclismo	Equitación	Otros
C.N. de La Ribera de Acebo (Todos)	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
C.N. de Montfalcó al Congost de Mont-Rebei	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

TABLA AI.4 / ESTACIONALIDAD DE LA AFLUENCIA DE USUARIOS A ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES

Itinerario	Invierno	Primavera	Verano	Otoño
C.N. de la Vía Verde del Hierro	30,00%	40,00%	20,00%	10,00%
C.N. de la Vía Verde de La Campiña Cordobesa (Córdoba)	40,00%	10,00%	20,00%	20,00%
C.N. de la Vía Verde de la Subbética	40,00%	10,00%	40,00%	10,00%
C.N. de la Sierra	45,00%	5,00%	30,00%	20,00%
C.N. de los Molinos del Agua	40,00%	30,00%	20,00%	10,00%
C.N. de la Vía Verde de La Campiña Cordobesa (Écija)	35,00%	10,00%	35,00%	20,00%
C.N. de Castejón de Monegros	5,00%	25,00%	55,00%	15,00%
C.N. del Alto Gállego Tramo: Presa de Lanuza	0,00%	15,00%	80,00%	5,00%
C.N. del Sifón de Albelda (TM.: de Albelda)	20,00%	35,00%	35,00%	10,00%
C.N. de la Vía Verde de la Val de Zafán	30,00%	30,00%	30,00%	10,00%
C.N. de Guadalaviar - Alfambra	10,00%	40,00%	30,00%	20,00%
C.N. De La Cordillera Cantábrica. GR109 Int.	5,00%	25,00%	50,00%	20,00%
C.N. de la Senda del Oso: Valdemurrio - Sta. Marina	20,00%	50,00%	20,00%	10,00%
C.N. de la Senda del Oso Tramo: Entrago-Cueva Huerta	10,00%	25,00%	45,00%	20,00%
C.N. de la Senda del Oso. Tramo: Sta.Marina-Ricabo	10,00%	25,00%	45,00%	20,00%
C.N. de Muñigo Covadonga	0,00%	25,00%	60,00%	15,00%
C.N. del Río Nalón (Fuso a Tuñón)	3,00%	17,00%	65,00%	15,00%
C.N. de La Palma	30,54%	25,72%	18,41%	25,33%
C.N. de Cumbres de la Gomera (GR131)	25,00%	20,00%	30,00%	25,00%
C.N. de Villaescusa	35,00%	35,00%	20,00%	10,00%
C.N. del Valle de Toranzo	10,00%	30,00%	40,00%	20,00%
C.N. de la Sierra de Alcaraz	30,00%	45,00%	20,00%	5,00%
C.N. de la Vía Verde de Villacañas a Quintanar de la Orden (La Puebla)	40,00%	40,00%	20,00%	0,00%
C.N. de la Vía Verde de Villacañas a Quintanar de la Orden (Villacañas)	50,00%	0,00%	50,00%	0,00%
C.N. de la Vía Verde de Villacañas a Quintanar de la Orden (Quintanar)	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%
C.N. de la Sierra de la Demanda	30,00%	35,00%	30,00%	5,00%
C.N. del Río Esla	16,00%	70,00%	14,00%	10,00%

TABLA AI.4 / ESTACIONALIDAD DE LA AFLUENCIA DE USUARIOS A ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES (CONTINUACIÓN)

Itinerario	Invierno	Primavera	Verano	Otoño
C.N. de Los Hayedos y Robledales de Rianza	6,00%	27,00%	26,00%	41,00%
C.N. del Río Eresma	15,00%	35,00%	20,00%	30,00%
C.N. del Río Duero	5,00%	50,00%	15,00%	30,00%
C.N. de La Séquia	10,00%	30,00%	30,00%	30,00%
C.N. de L'Anell Verd de Sant Boí	20,00%	30,00%	20,00%	30,00%
C.N. de Port de Vielha	0,00%	14,00%	80,00%	6,00%
C.N. del Río Segre (T. de Segre-Pant. De Utxesa)	15,00%	40,00%	15,00%	30,00%
C.N. del Camí del Riu	11,00%	37,00%	35,00%	17,00%
C.N. del Camino del Agua	13,00%	21,00%	47,00%	19,00%
C.N. del Baix Ebre	30,00%	30,00%	30,00%	10,00%
C.N. de La Etapa 42.1 del CN del Ebro	30,00%	30,00%	10,00%	30,00%
C.N. del Río Glorieta (Alcover)	50,00%	30,00%	30,00%	20,00%
C.N. del Río Glorieta (Mont-ral)	10,00%	15,00%	50,00%	25,00%
C.N. de La Senda del Río Barbantiño (Maside)	11,00%	29,00%	46,00%	14,00%
C.N. de La Senda del Río Barbantiño (Amoeiro)	13,00%	27,00%	50,00%	10,00%
C.N. de La Senda del Río Barbantiño (Punxin)	10,00%	40,00%	40,00%	10,00%
C.N. de Las Rutas Ecológicas del Río Catoira	4,00%	33,00%	40,00%	23,00%
C.N. de Las Sendas en Abalo	4,00%	33,00%	40,00%	23,00%
C.N. del Camí de Cavalls	18,75%	24,85%	36,35%	20,04%
C.N. de Son Juny (Sant Joan)	20,00%	50,00%	10,00%	20,00%
C.N. del Valle del Lozoya	14,00%	25,00%	35,00%	32,00%
C.N. del Plazaola (tramo Navarra)	20,00%	50,00%	25,00%	5,00%
C.N. del Plazaola (tramo Leitzaran)	20,00%	65,00%	10,00%	5,00%
C.N. de Atxuriaga a Gallarta	25,00%	40,00%	25,00%	10,00%
C.N. de Sopena-Galdames (El Hoyo - La Aceña)	30,00%	30,00%	30,00%	10,00%
C.N. del Noroeste	40,00%	10,00%	30,00%	20,00%
C.N. de Dénia	25,00%	20,00%	25,00%	30,00%
C.N. de "Ruta de Los Molinos de Agua" Lucena del Cid	10,00%	35,00%	40,00%	15,00%
C.N. de La Safor	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%

TABLA AI.4 / ESTACIONALIDAD DE LA AFLUENCIA DE USUARIOS A ALGUNOS ITINERARIOS DEL PROGRAMA DE CAMINOS NATURALES (CONTINUACIÓN)

Itinerario	Invierno	Primavera	Verano	Otoño
C.N.del Vasco Navarro	20,00%	50,00%	30,00%	0,00%
C.N. de La Ribera de Acebo (Todos)	25,00%	25,00%	15,00%	35,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a promotores de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

Anexo V: Apuntes sobre la incidencia en otros sectores del Programa de Caminos Naturales y algunas actuaciones a considerar

Se indica a continuación la incidencia que estas rutas se considera que tienen sobre otros sectores de interés a nivel nacional, basándose en el trabajo realizado por Mató y Troyano (2014).

Salud

Vale la pena destacar que los usos deportivos en general se consideran como un dato a tener en cuenta para aumentar el ahorro en gasto sanitario.

Además, esta inversión es significativamente más rentable en estas infraestructuras que de producirse en cualquier otro equipamiento deportivo público, ya que para conseguir el mismo ahorro en gasto sanitario, la administración se gasta mucho menos dinero en estos equipamientos. Este dato se ve confirmado por estudios realizados en España, en los cuales, comparando los costes de inversión y mantenimiento de distintas infraestructuras deportivas en una misma área geográfica, todas ellas resultan más costosas que las vías verdes con una ratio de 2,7 veces³⁹.

Por otra parte, un estudio realizado por la Organización Mundial de la Salud entre 2005 y 2008, en el que participaron ministerios de distintos países como Austria, Gran Bretaña, Holanda, Finlandia y Suecia), llegó a la conclusión de que, manteniendo constantes las condiciones de vida, los adultos de entre 20 y 60 años que utilizan la bicicleta tres horas a la semana tienen un riesgo de mortalidad un tercio menor que una persona que no se desplaza mediante este medio de transporte.

Industria:

Además de en los servicios indicados en este estudio, los usuarios de estas infraestructuras tienen incidencia directa en las industrias de la bicicleta y sus componentes, así como en las de material para senderismo.

Por supuesto hay muchos usuarios que no hacen uso de estas infraestructuras y que hacen el gasto independientemente de su existencia, pero como se ha determinado en este estudio, en torno a un 15% de los usuarios usan de manera habitual estas rutas, por lo que su influencia en la adquisición de estos materiales puede ser importante.

Transporte:

Además del gasto en transporte que manifiestan los usuarios de estas infraestructuras —que suponen alrededor del 30% del gasto total según el presente estudio, en línea de lo manifestado por “*Special economie du velo*”⁴⁰, en el cual se recoge que el gasto realizado en transporte para

³⁹ Palau *et al.* (2012)

⁴⁰ Mercat (2009)

acceder a la zona es el 20% del gasto total realizado por el turista—, es necesario considerar cómo los senderos señalizados pueden influir en los medios de transporte colectivo.

- Tren

La práctica del cicloturismo, cuando éste se realiza lejos del lugar de residencia del turista, exige, al menos, de un desplazamiento hacia el lugar donde se practica. El hecho de que muchas rutas no sean circulares implica que el desplazamiento en vehículo privado no sea la opción más eficiente, por lo que emergen como alternativas distintos medios de transporte público colectivo.

El tren se ha revelado, especialmente en países europeos, como la mejor alternativa de transporte público colectivo en su combinación con el cicloturismo. De esta forma, la existencia de ferrocarril en el que se permita el transporte de bicicletas en las proximidades de los itinerarios cicloturistas puede configurarse como un elemento clave de competitividad de los mismos.

- Autobús

La complejidad de la construcción de una infraestructura como el ferrocarril hace que no todo el territorio pueda ser cubierto por este tipo de infraestructuras. Ante la ausencia de ferrocarril para el desplazamiento del cicloturista, el autobús, siempre que se permita el transporte de bicicletas, se configura como la opción alternativa de transporte público colectivo al tren.

Medio Ambiente

De modo paralelo al cálculo del impacto económico sobre la salud, mediante el cálculo de los denominados generalmente costes evitados, Mercat (2009) informa de las externalidades positivas derivadas del transporte en bicicleta frente al transporte privado. Basándose en los kilómetros recorridos por los ciudadanos franceses en bicicleta, este autor evidencia externalidades positivas (cuya cuantificación económica asciende a 160 M€/año en Francia) en términos de contaminación atmosférica, cambio climático, contaminación acústica, consumo de espacio en las ciudades y congestión derivados del uso de la bicicleta como medio de transporte habitual.

Política turística de la Unión Europea y Tendencias

La importancia del sector turístico en los países de la Unión Europea, que resulta especialmente intensa en el caso de España, explica el papel que, según las instituciones europeas, este sector puede y debe desempeñar en la consecución de los objetivos de *Europa 2020*, la estrategia de crecimiento de la Unión Europea para la próxima década que persigue un crecimiento inteligente, sostenible e inclusivo.

Los impactos ambientales del sector turístico, especialmente los relacionados con el cambio climático, han de tenerse en cuenta en la estrategia de desarrollo del sector, promocionando el denominado turismo sostenible mediante la reducción de las emisiones de dióxido de carbono,

objetivo al cual el cicloturismo puede contribuir en coherencia con las directrices establecidas por la Organización Mundial del Turismo⁴¹.

Aunque la actual crisis económica ha tenido un relevante impacto en las actividades turísticas de algunos países del oeste de Europa⁴² o en Escocia⁴³, puede afirmarse que el cicloturismo mantiene su dinámica de expansión y crecimiento.

El estudio realizado por el Parlamento Europeo sobre cicloturismo y la red EuroVelo³⁸ expone un estancamiento del turismo de bicicleta en el año 2009 en Europa que ha pasado a un crecimiento del sector según expertos consultados, a pesar de la reducción de las inversiones locales y regionales en la construcción de rutas ciclistas. Según se ha detectado en este estudio, esto es aplicable también al caso del senderismo, ya que son los principales usuarios de este tipo de infraestructuras.

Como resumen de lo indicado anteriormente, se exponen a continuación aquellos factores que pueden ser valorados por los posibles usuarios, así como un resumen de actuaciones a nivel político que se pueden llevar a cabo por distintos departamentos estatales para conseguir que este tipo de turismo tenga más actividad comercial en un futuro próximo.

Algunos factores que atraen a los usuarios

En el presente estudio se han recogido algunas claves respecto a las características de los itinerarios que parecen atraer a los usuarios (), que confirman lo expuesto a su vez por otras fuentes, que informan de la mayor importancia de la seguridad de los trayectos (baja intensidad de tráfico), de la facilidad de desplazamiento (señalización), de la variedad de rutas y de los servicios de alojamiento/restauración frente a aspectos como los materiales de información, el acceso al transporte público, la densidad de la red de rutas y la infraestructura en las zonas de descanso³⁸.

Esta misma referencia informa que las preferencias de los cicloturistas, que podrían extenderse a los senderistas, se centran especialmente en:

- ✚ Seguridad y continuidad de las rutas.
- ✚ Existencia de espacios naturales agradables.
- ✚ Existencia de pueblos y ciudades apacibles para las bicicletas.
- ✚ Señalización e información interpretativa clara y agradable.

⁴¹ Simpson *et al.* (2008)

⁴² European Parliament's Committee on Transport and Tourism (2012)

⁴³ <http://www.visitbritain.com>

Mató y Troyano (2014) abundan más en las características de los trazados cicloturistas que atraen a usuarios, apuntando que rutas como la del Danubio, del Loira, del Elbe, la Ruta de los Dos Mares o el Tour de Borgoña, con mucho éxito de visitantes, discurren por cauces fluviales, cerca de canales fluviales o aprovechando vías verdes. Las características del ambiente (cauces fluviales) o de las infraestructuras (vías verdes) informan de que el usuario busca itinerarios fáciles, con perfiles suaves y sin importantes desniveles.

Tal y como se ha recogido en páginas previas del presente informe, el perfil del senderista es similar, si bien la diferencia principal es que le gustan un poco más las rutas a media ladera, onduladas pero sin grandes desniveles.

Anexo VI: Una selección de buenas prácticas de dinamización económica, gestión y promoción de itinerarios del Programa de Caminos Naturales

Este anexo contiene una pequeña muestra y selección de tipos de buenas prácticas desarrolladas en los últimos años en torno a las Vías Verdes creadas en España, que han generado un impacto social y económico positivo en las comarcas atravesadas y que pueden tener recorrido en los itinerarios del Programa de Caminos Naturales. Se trata, en definitiva, de experiencias que pueden ser transferidas a otros territorios y servir como referencia de actuación a los gestores de otros itinerarios del Programa.

Para ello se han recopilado algunas experiencias desarrolladas en torno a la dinamización económica, gestión y promoción de las diferentes Vías Verdes españolas incluidas en el Programa de Caminos Naturales que han dinamizado las poblaciones locales, mejorado la calidad de vida de sus habitantes y provocado la creación de nuevos puestos de trabajo, procediendo posteriormente a su clasificación con el fin de ofrecer rasgos generales de cada uno de los tipos.

De este modo, con este tipo de información más descriptiva se pretende ofrecer una información de gran utilidad, que aporta una complementariedad cualitativa de sumo interés a los resultados de las encuestas a promotores realizadas en el marco del presente estudio, y de los datos cuantitativos obtenidos a partir de la encuesta a promotores, a usuarios, de los aforadores y de los aforos realizados, referidos en el presente informe. Una información que refleja fielmente la realidad y la potencialidad que encierran estos itinerarios para el mundo rural.

Implicación del empresariado en el desarrollo y promoción de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales

Es muy conveniente a lo largo del proceso de desarrollo de un itinerario la creación de expectativas sobre la generación de negocios en torno a estos recursos en los empresarios locales, y también en aquellos otros vecinos —muy habitualmente, jóvenes locales— que muestran inquietudes de que podrían llegar a serlo en el futuro, y hay que elegir el momento más adecuado para ello. En general, conviene implicar al sector privado en la explotación ecoturística del itinerario antes de que la construcción del mismo esté concluida, para evitar los perjudiciales —pero demasiado habituales— “tiempos muertos” que se producen cuando la infraestructura está operativa, pero no existen servicios ni equipamientos complementarios para los visitantes a quienes se quiere atraer. Los efectos de estas situaciones son muy perniciosos, el éxito del itinerario se ve seriamente amenazado, comprometiendo todo el esfuerzo realizado hasta entonces, porque no se obtienen a corto plazo los beneficios esperados para el desarrollo de las localidades implicadas, y se frustran las expectativas generadas con la construcción de la Vía Verde.

Igualmente se ha constatado la importancia de la existencia de una marca de calidad identificativa de las iniciativas puestas en marcha, que establezca un ámbito exclusivo para esas actuaciones, diferenciándolas ante el usuario, que permita establecer sinergias entre ellas, de modo que los beneficios y éxitos conseguidos por alguna tenga un efecto positivo en el resto de ellas. Así sucede con los Caminos Naturales que están amparados bajo la doble denominación de Vía Verde siempre que estos discurren sobre antiguos trazados ferroviarios. Es evidente que



resulta mucho más rentable realizar acciones de promoción de itinerarios que se publicitan de forma conjunta y coherente ante la opinión pública, y frente a los profesionales del sector ecoturístico, proveedores y operadores locales, así como agencias, touroperadores y también medios de comunicación y periodistas.

Actividades de educación ambiental

Conocer la naturaleza para respetarla y protegerla son principios básicos siempre reiterados, y que encuentran en los itinerarios del Programa de Caminos Naturales un espacio abonado para su aplicación exitosa. Facilitar y animar a los ciudadanos a que se acerquen a nuestro valioso patrimonio natural utilizando medios no contaminantes, como son el desplazamiento en bicicleta y a pie, es una manera de contribuir a la disminución de la generación de efectos nocivos sobre la calidad del aire. Pero es, además, un primer paso hacia un cambio de mentalidad de esta sociedad a favor de una movilidad sostenible, al propiciar y generalizar la costumbre de disfrutar de estos saludables hábitos, y que sean incorporados a los desplazamientos cotidianos para el acceso a los centros de trabajo, estudios y servicios.

Por otra parte, las cualidades de facilidad, seguridad y atractivo de los recorridos a través de estas infraestructuras generan una universalidad de usuarios, siendo las Vías Verdes y la mayoría de los Caminos Naturales aptos también para las personas con movilidad reducida (niños, personas mayores, personas con discapacidad...). Y hacia todos estos ciudadanos se pueden implementar a lo largo de estas rutas programas específicos de educación y concienciación medioambiental, con unas inversiones mínimas, ya sea mediante la instalación de paneles y centros de interpretación o bien a través del desarrollo de actividades educativas directas, con guías y monitores cualificados, lo que contribuye, además, a la generación de empleo.

La voluntad de no reducir la educación a los ciudadanos de una edad concreta y las posibilidades de llegar a amplios sectores de la población, y de forma muy especial al colectivo de las personas mayores, hace que los Caminos Naturales —como itinerarios seguros y normalmente fáciles y accesibles— y las Vías Verdes, ofrezcan la posibilidad de desarrollar programas de educación ambiental dirigidos a colectivos que, tradicionalmente, han estado al margen de las ofertas educativas.

Todo ello permite implicar a la población local y a la foránea que visita estos espacios en su conservación y mantenimiento, haciéndoles conocer e incorporar hábitos respetuosos con el medio ambiente, a la vez que se produce una importante dinamización del territorio y, de nuevo, una contribución a la creación de empleo verde a través de este nuevo yacimiento de empleo que es la educación ambiental.

Salud y hábitos saludables para la población

Los habitantes de las áreas de influencia de los Caminos incluidos en el Programa, están disfrutando de algunas ventajas inducidas por la puesta en marcha de estas infraestructuras que contribuyen a la mejora de su calidad de vida y de su bienestar, más allá de los resultados



puramente económicos. Algunos de estos beneficios son fácilmente identificables, pero otros son intangibles, más vinculados con las sensaciones de felicidad y confort a nivel personal. Los Caminos Naturales y las Vías Verdes se han convertido en espacios de convivencia y esparcimiento para todos los estamentos de la población local, sin distinción de edad o género, de condición física o de nivel adquisitivo. Son espacios de paseo y deporte para los vecinos, a modo de parques longitudinales, que aportan además otros equipamientos complementarios para su libre y gratuita utilización: áreas de juegos infantiles e instalaciones deportivas para adultos y ancianos, miradores y fuentes, espacios recreativos con mesas y bancos y otros muchos. El efecto positivo de las actuaciones que favorecen a los habitantes locales se potencia a través de campañas ciudadanas que persiguen un sinfín de objetivos beneficiosos para ellos: generalizar hábitos de vida saludables (deporte y ocio activo), promover la movilidad sostenible, favorecer la intermodalidad con el transporte público, facilitar la práctica de un ocio inclusivo (actividades compartidas por personas con y sin discapacidad), impulsar el conocimiento del patrimonio natural y cultural y recuperar lugares hasta entonces degradados y abandonados, por citar algunos. En definitiva, acciones que contribuyen a generar un horizonte de progreso y bienestar para la población, a crear un sentimiento de legítimo orgullo local y de satisfacción con su forma de vida autóctona.

Empleo Verde a partir de inversiones públicas: talleres de empleo y otros proyectos

La contribución de los programas de escuelas taller y talleres ocupacionales es especialmente significativa, gracias a los programas implementados por los servicios públicos de empleo de las diferentes diputaciones provinciales y comunidades autónomas, como también por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Las Vías Verdes se han beneficiado sustancialmente de estos programas aplicados a la rehabilitación de los edificios de las antiguas estaciones ferroviarias y a su equipamiento para nuevos usos ecoturísticos, así como también a la construcción y mejora de la infraestructura del camino natural y sus dotaciones anejas (áreas recreativas, miradores, fuentes, revegetación, etc.).



En el marco del Programa Vías Verdes creado en 1993, se han desarrollado numerosas actuaciones de escuelas-taller, talleres de empleo y casas de oficio sobre estaciones ferroviarias e infraestructuras de varias Vías Verdes. En estos casos, además del empleo generado y la capacitación profesional creada durante la fase de rehabilitación de los edificios y terrenos ferroviarios, se consigue crear empleo estable en los equipamientos ecoturísticos asociados a estos itinerarios.

Rehabilitación de las antiguas estaciones de ferrocarril o de otras infraestructuras adyacentes a los itinerarios

Quienes caminan y pedalean por los miles de kilómetros de senderos señalizados del Estado demandan algunos servicios básicos, que con frecuencia escasean en los territorios eminentemente rurales y a veces alejados de núcleos de población de cierta entidad que recorren: esencialmente, alojamientos y lugares de restauración. En muchas de las Vías Verdes españolas existen buenos ejemplos de antiguas estaciones del ferrocarril rehabilitadas y equipadas para dar satisfacción a la demanda, así como de otro tipo de infraestructuras (molinos, etc.) en itinerarios no construidos sobre antiguas plataformas ferroviarias.

En 2014 existen 98 edificios ferroviarios rehabilitados con usos turísticos situados en las Vías Verdes. Acogen diversos usos y equipamientos ecoturísticos con la consiguiente generación de empleo que eso supone tanto en la fase de rehabilitación como en la de explotación de las Vías Verdes. El fenómeno más relevante que se constata es que se está produciendo un aumento de la ocupación hotelera y de restauración de los establecimientos ubicados en las localidades cercanas a las Vías.



Accesibilidad en los itinerarios del Programa de Caminos Naturales

Hay que hacer constar las enormes dificultades que encuentra el colectivo de las personas con movilidad reducida —especialmente en el caso de los más pequeños— para ocupar su tiempo libre de una forma medianamente normalizada. Las personas con discapacidad no suelen disfrutar de una oferta nutrida de ocio, lo que es especialmente grave en los niños y adolescentes. Esta falta de recursos provoca un empobrecimiento tanto físico como intelectual, que no hace sino influir de forma negativa en su recuperación y, en consecuencia, en su posterior integración social en todas las facetas de la vida.

La realidad es que la oferta de turismo accesible es escasa, lo cual vuelve a incidir en la oportunidad de aprovechar las Vías Verdes y aquellos Caminos Naturales que cumplan los requisitos de accesibilidad como espacios únicos accesibles de acceso a la naturaleza para la creación de negocio y empresas en torno a ellas que tengan en cuenta las necesidades y demandas de las personas con discapacidad.

Por eso, la Fundación de los Ferrocarriles Españoles y los órganos gestores de las Vías Verdes impulsan desde hace años numerosos proyectos para fomentar el turismo accesible en las Vías

Verdes, ya que éstas son infraestructuras universalmente accesibles debido a su origen ferroviario, con suaves o nulas pendientes, aptas para ser recorridas por todos los ciudadanos de cualquier edad o capacidad física, incluyendo a las personas con discapacidad.

Uso ciudadano de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales

Una de las formas de dar a conocer este tipo de itinerarios es la organización de eventos sociales y/o deportivos cuya infraestructura base son los propios itinerarios: maratones o cualquier otro tipo de carrera, marchas ciclistas, marchas deportivo-solidarias, etc.

En este apartado merece especial atención la celebración anual del Día de las Vías Verdes (mayo) y del Día Europeo de las Vías Verdes (septiembre), que promocionan estos itinerarios (las Vías Verdes) con el objetivo de dar a conocer estas infraestructuras y animar a los usuarios a su utilización.

Campañas mediáticas sobre Vías Verdes y Caminos Naturales

La participación de estos itinerarios en campañas mediáticas, en asociación con grupos de comunicación y/o con organismos oficiales, permite no solo la publicidad de estos itinerarios sino la promoción de hábitos de vida saludables o de actividades y destinos turísticos, por citar dos ejemplos. La identificación de los objetivos de promoción donde los itinerarios del Programa puedan realizar un papel relevante permite la identificación, a su vez, de los socios con los cuales organizar las campañas mediáticas.

Por último, las redes sociales se han ido constituyendo como una herramienta clave en la promoción de los itinerarios del Programa de Caminos Naturales. La presencia de los itinerarios en estas redes sociales se puede articular a nivel global (para el conjunto de los itinerarios) y a nivel de cada itinerario.

