



# ESTUDIO SOBRE LA **DEMANDA** DE ECOTURISMO EN ESPAÑA

Resultados del Observatorio de Ecoturismo en España.

Campaña de recogida de datos 2023.  
Asociación de Ecoturismo en España.



MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, COMERCIO  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO



Soy ecoturista

## ESTUDIO SOBRE LA DEMANDA DE ECOTURISMO EN ESPAÑA

Resultados del Observatorio de Ecoturismo en España.  
Campaña de recogida de datos 2023.

© 2024 Asociación de Ecoturismo en España.

Edita: Asociación de Ecoturismo en España.

Financiado por: Secretaría de Estado de Turismo (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo-Gobierno de España)

Foto de Portada: © **SoyEcoturista**

La Asociación de Ecoturismo en España (AEE) es una asociación sin ánimo de lucro y de carácter público-privado creada en 2010 para fomentar el ecoturismo en los espacios protegidos y compuesta principalmente por asociaciones de empresarios de turismo ubicadas en espacios naturales, entidades gestoras de espacios protegidos, administraciones públicas implicadas en la gestión turística de éstos, grupos de desarrollo rural, entidades de conservación de la naturaleza, universidades y empresas especializadas en turismo.

La AEE es la entidad que gestiona el club de producto Ecoturismo en España, con apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo. Es una iniciativa pionera que agrupa destinos y empresas que ofrecen auténticas experiencias de ecoturismo en territorios con espacios protegidos y que, además, cumplen una serie de requisitos ambientales y sociales que garantizan al viajero su contribución a la conservación de biodiversidad y al desarrollo local de los espacios naturales que visita, característica fundamental del ecoturismo. Actualmente agrupa 42 destinos y cerca de 800 empresas que, bajo la marca Soy Ecoturista, asumen su compromiso con el desarrollo sostenible.

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

# Contenidos

<b>01</b>	<b>Introducción.....</b>	<b>05</b>
<b>02</b>	<b>Resumen de los datos obtenidos.....</b>	<b>06</b>
<b>03</b>	<b>Procedencia de los datos.....</b>	<b>07</b>
	Procedencia de los datos.....	07
	Tipología de empresas .....	08
<b>04</b>	<b>Resultados.....</b>	<b>09</b>
	Perfil del ecoturista.....	10
	Características del viaje ecoturista.....	13
	Motivaciones de viaje.....	15
	Alojamiento.....	17
	Actividades.....	19
	Gasto.....	22
	Valores ecoturistas.....	25

# Tablas y gráficos

Tabla 1: Ubicación de las empresas participantes.....	08
Gráfico 1: Provincia del origen de los datos.....	09
Gráfico 2: Tipo de empresa.....	09
Gráfico 3: Edad.....	10
Gráfico 4: Género.....	10
Gráfico 5: Nivel de estudios.....	10
Gráfico 6: Situación laboral.....	10
Gráfico 7: Origen de los participantes.....	11
Gráfico 8: ¿Es la primera vez que visitas este destino?.....	12
Gráfico 9: ¿Cuántas personas forman el grupo con el que has viajado?.....	12
Gráfico 10: ¿Quiénes han sido tus acompañantes?.....	12
Gráfico 11: ¿Has viajado con niños?.....	12
Gráfico 12: ¿Cómo has conocido este destino?.....	13
Gráfico 13: ¿Cuántas noches has pasado fuera de tu residencia habitual en este viaje?.....	14
Gráfico 14: ¿Cómo has hecho la reserva del alojamiento para este viaje?.....	14
Gráfico 15: Indica cuál o cuáles actividades has realizado en este viaje.....	15
Gráfico 16: ¿Has contratado los servicios de alguna empresa de actividades?.....	16
Gráfico 17: ¿Has contratado los servicios de alguna empresa de actividades? Solo clientes de la empresa de alojamiento y actividades.....	16
Gráfico 18: ¿Qué tipo de actividades has contratado?.....	16
Gráfico 19: ¿Recomendarías la actividad a otra persona?.....	17
Gráfico 20: ¿Cómo has hecho la reserva de esta/s actividad/es?.....	17
Gráfico 21: Gasto: Alojamiento.....	18
Gráfico 22: Gasto: Comidas.....	18
Gráfico 23: Gasto: Ruta guiada al espacio natural.....	18
Gráfico 24: Gasto: Actividades de observación de la naturaleza.....	19
Gráfico 25: Gasto: Actividades de turismo de aventura y deportivas.....	19
Gráfico 26: Gasto: Visitas a museos y centros de interpretación.....	19
Gráfico 27: Gasto: Compra de productos locales y recuerdos.....	19
Gráfico 28: Medias de gasto por concepto.....	20
Gráfico 29: Valores ecoturistas: Ayudar a conservar el espacio natural que visito.....	21
Gráfico 30: Valores ecoturistas: Que mi viaje contribuya al desarrollo local.....	21
Gráfico 31: Valores ecoturistas: Generar el menor impacto ambiental posible con mi viaje.....	21
Gráfico 32: Valores ecoturistas: Aprender sobre los valores del espacio natural.....	22
Gráfico 32: Valores ecoturistas: Conocer la forma de vida del lugar al que viajo.....	22

# 01. Introducción

El presente documento presenta los resultados del estudio sobre la **demanda** realizado en el marco del **Observatorio de Ecoturismo de España**. El Observatorio es una herramienta sociológica, diseñada por la Asociación de Ecoturismo en España con apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo, para la recopilación sistemática de información básica sobre el sector del ecoturismo mediante cuestionarios. Se espera que con el tiempo, los resultados proporcionen datos de gran interés estratégico para conocer la evolución del sector, evaluar el impacto socioeconómico de esta modalidad turística y conocer desde los hábitos de consumo y el perfil del viajero ecoturista, hasta la evolución en la tipología y número de empresas especializadas en este nicho de mercado o el modelo de gestión que se aplica en los destinos de ecoturismo.

A través del análisis de diferentes variables, en este estudio se desea conocer el **perfil de las personas que contratan servicios de ecoturismo en espacios protegidos**, denominadas para el objeto del estudio, ecoturistas. Dichos ecoturistas han sido invitados a participar en el estudio a través de un cuestionario proporcionado por empresas que están adheridas al club de producto Ecoturismo de España, ubicadas en diferentes puntos geográficos del país y que responden a las siguientes tipologías:

- Empresas que ofrecen **alojamiento** orientado a ecoturistas o en lugares que son específicos de turismo de naturaleza.
- Empresas que organizan **actividades** de ecoturismo y educación ambiental.
- Empresas que ofrecen tanto alojamiento como actividades al público ecoturista.

Para este informe, se han analizado las respuestas recibidas al cuestionario de demanda desde el 12 de enero al 31 de diciembre de 2023. Durante este tiempo, se han recogido **1.247 cuestionarios válidos**, que en comparación con campañas de muestreo anteriores, ha tenido un ligero ascenso y han participado **47 empresas** y **23 destinos**.

## 02. Resumen de los datos obtenidos

El perfil del ecoturista en este análisis es una persona **adulta**, en el 90% de los casos entre **25 y 65 años**, con estudios y en activo. El 92% **reside en España**, tiende a viajar a espacios naturales de **2-4 veces al año** y **suele contratar actividades**, aunque la mayoría no lo hace con frecuencia. En el 69% de los casos es la **primera vez que visitan el destino** en cuestión, siendo las **referencias** procedentes de amigos o familiares lo que motivó su deseo de planificar un viaje que, mayormente, tiene como objetivo visitar el espacio natural y descubrir y observar la naturaleza.

Por lo general, el viajero encuestado se identifica como un **turista que recorre paisajes y pueblos de los espacios naturales**, viaja en pequeños grupos de **2 a 5 personas** que suele ser su familia directa y/o amigos, y no suele ir acompañado de niños menores de 12 años. Adicionalmente, tiende a planificar una escapada de **2-8 noches** y a utilizar medios digitales para la reserva del alojamiento, pero también contactando directamente con la empresa.

En cuanto a las actividades de ecoturismo que realiza, la más populares han sido el disfrute de la gastronomía local, la visita a pueblos y la **observación de fauna y flora**, actividad que suele contratar junto con las rutas o visitas guiadas. Para la reserva, el 60% utilizó **medios directos** con la empresa, contactando con ella a través del email, página web o por teléfono y el **99% recomendaría** la actividad a otra persona.

La partida de **mayor gasto** durante el viaje de ecoturismo es el **alojamiento**, donde se destinó 57 € de media por persona/noche seguido de las **comidas en bares y restaurantes**, con una media de 38 € por persona/día. El gasto destinado a la contratación de **actividades de ecoturismo** oscila entre 15 y 11€ dependiendo de la actividad. El gasto medio total de un viaje de ecoturismo estimado por los datos obtenidos en este análisis es de **162 € por persona/día**.

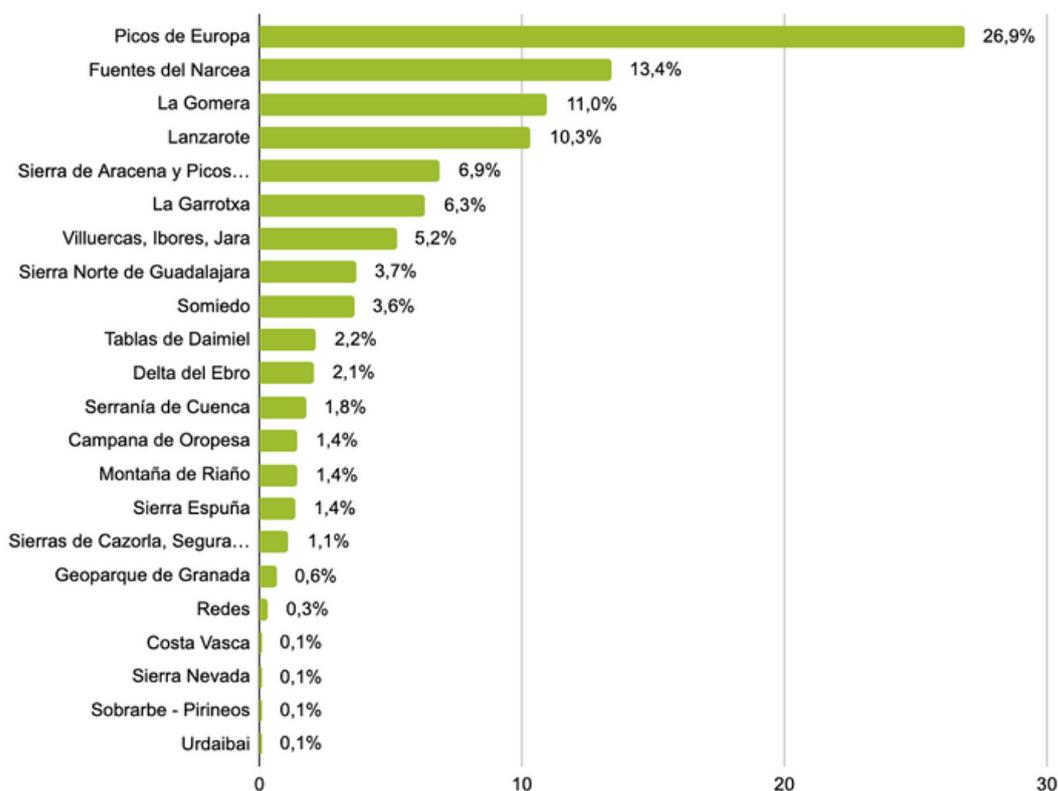
En lo referente a los atributos del ecoturismo, los encuestados destacan como el más importante **generar el menor impacto ambiental posible con su viaje**, dando también mucho valor a ayudar a conservar el espacio que visitan y a aprender sobre los valores del espacio natural.

## 03. Procedencia de los datos

### Procedencia de los datos

En 2023 participaron un total de **23 destinos** distribuidos en 10 Comunidades Autónomas. Destinos que albergan uno o varios espacios protegidos, así como territorios reconocidos con distintas figuras de protección. A fecha de finalización del estudio, el club de producto Ecoturismo en España disponía de **42 destinos adheridos**, lo que supone una tasa de participación de **54,8%**.

#### G1: Cuestionarios aportados por los destinos participantes en el estudio

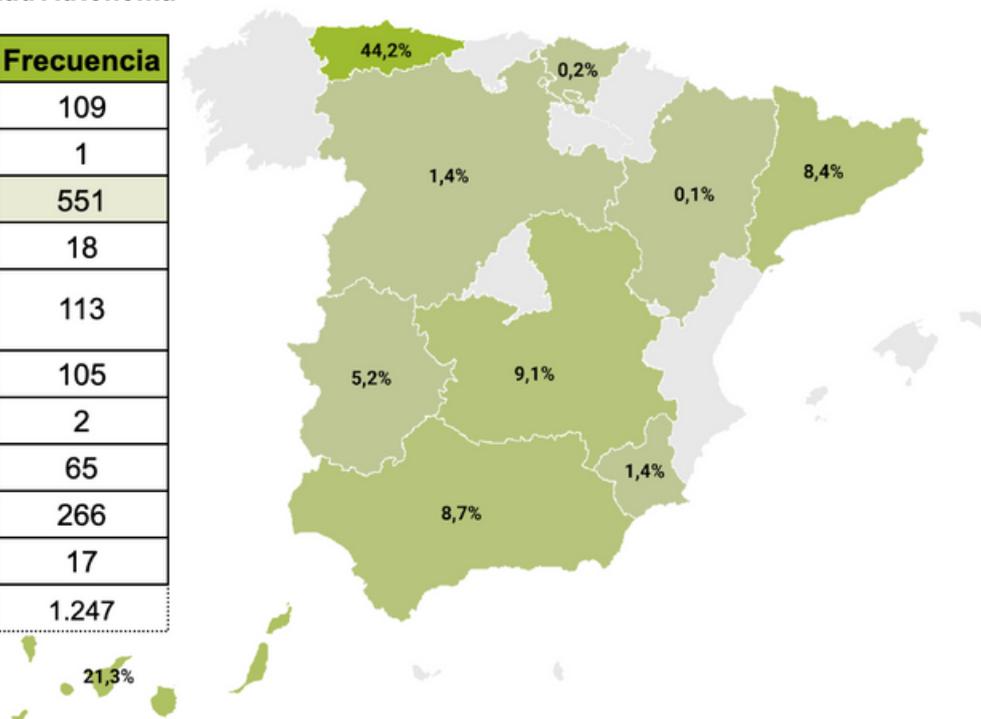


*\*En 2023, Serranía de Cuenca era un destino en proceso de adhesión al club de producto Ecoturismo en España pero ha participado en la recolección de datos a través del Proyecto LEADER de Cooperación Ecoturismo en Red Natura 2000 de Castilla-La Mancha.*



## G2: Cuestionarios por Comunidad Autónoma

CCAA	Porcentaje	Frecuencia
Andalucía	8,7%	109
Aragón	0,1%	1
Asturias	44,2%	551
Castilla y León	1,4%	18
Castilla-La Mancha	9,1%	113
Cataluña	8,4%	105
Euskadi	0,2%	2
Extremadura	5,2%	65
Islas Canarias	21,3%	266
Murcia	1,4%	17
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>1.247</b>



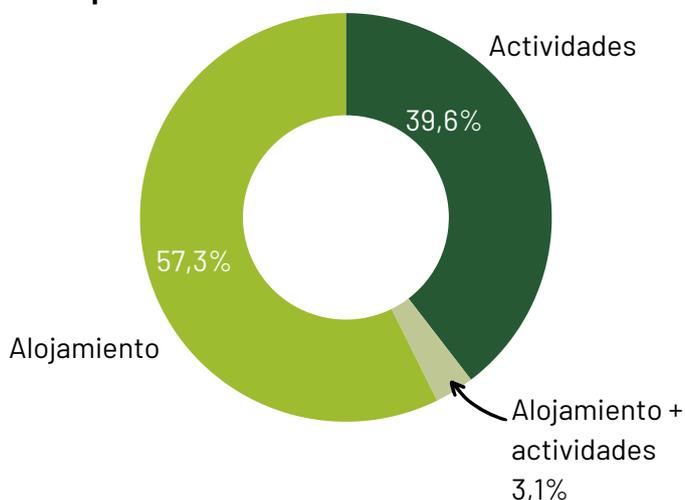
El **Principado de Asturias** ha sido la Comunidad Autónoma que mayor representación ha tenido en el estudio con un 44,2% de los datos, seguido de las Islas Canarias (21,3%). El resto de Comunidades Autónomas ha participado en el estudio con un porcentaje menor que oscila entre el 0,1 y el 9% de los datos.

Existe una gran **diversidad** en cuanto al origen de los datos obtenidos, lo que de nuevo influye en la imagen global del análisis de datos obtenidos en el presente estudio.

## Tipología de las empresas

En cuanto a la tipología de las empresas participantes, las empresas de **alojamiento** son las más numerosas y las que más cuestionarios consiguen (57,3%), seguidas de las empresas de actividades con un 39,6% y en menor medida por aquellas empresas mixtas que ofrecen ambos servicios, con un 3,1% de los datos.

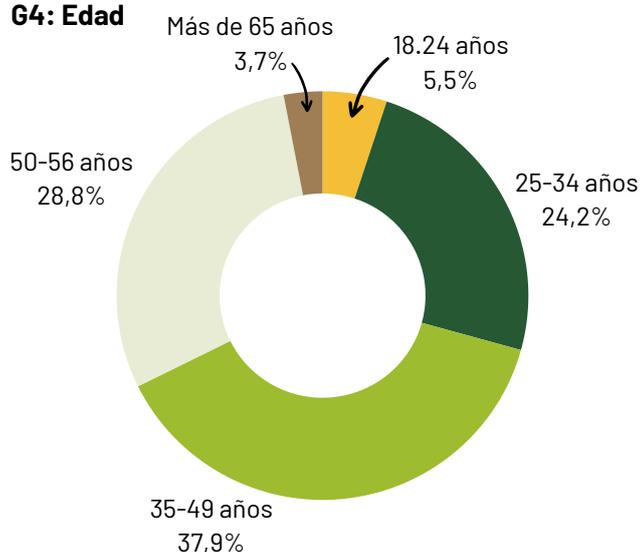
### G3: Cuestionarios conseguidos por tipología de empresa



# 04. RESULTADOS

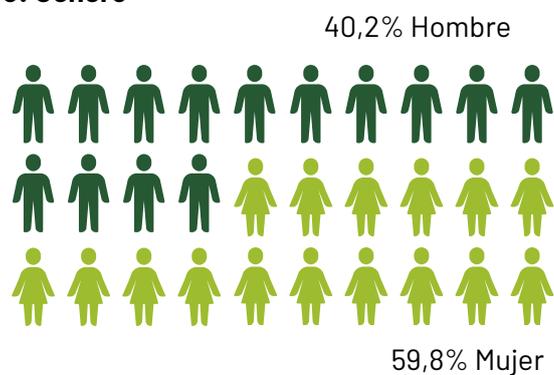
## Perfil del ecoturista

### G4: Edad



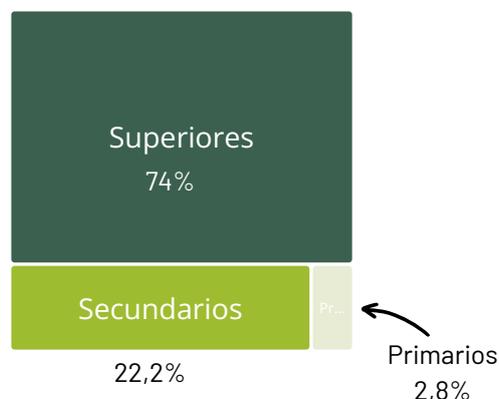
Existe una gran **diversidad de edades** que realizan ecoturismo, aunque el 90,9% se concentra en el rango entre los 25 y los 65 años.

### G5: Género



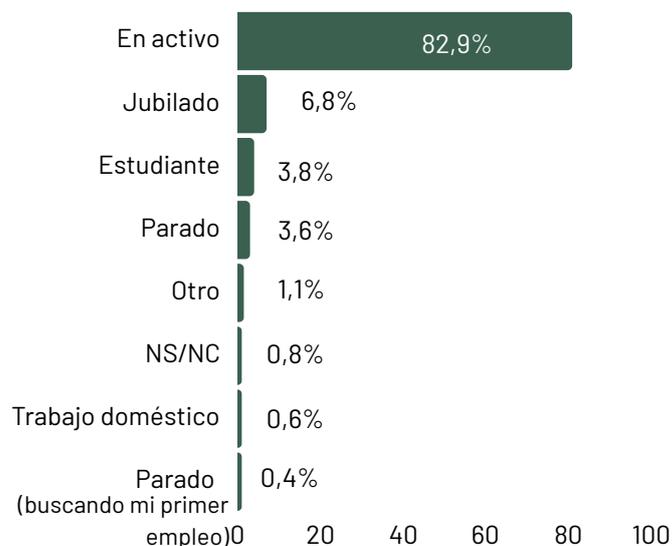
En lo referente a género, las mujeres suelen contestar más a este tipo de encuestas, lo que sucede en este análisis donde el 59,8% de la muestra es mujer y el 40,2% es de género masculino.

### G6: Nivel de estudios



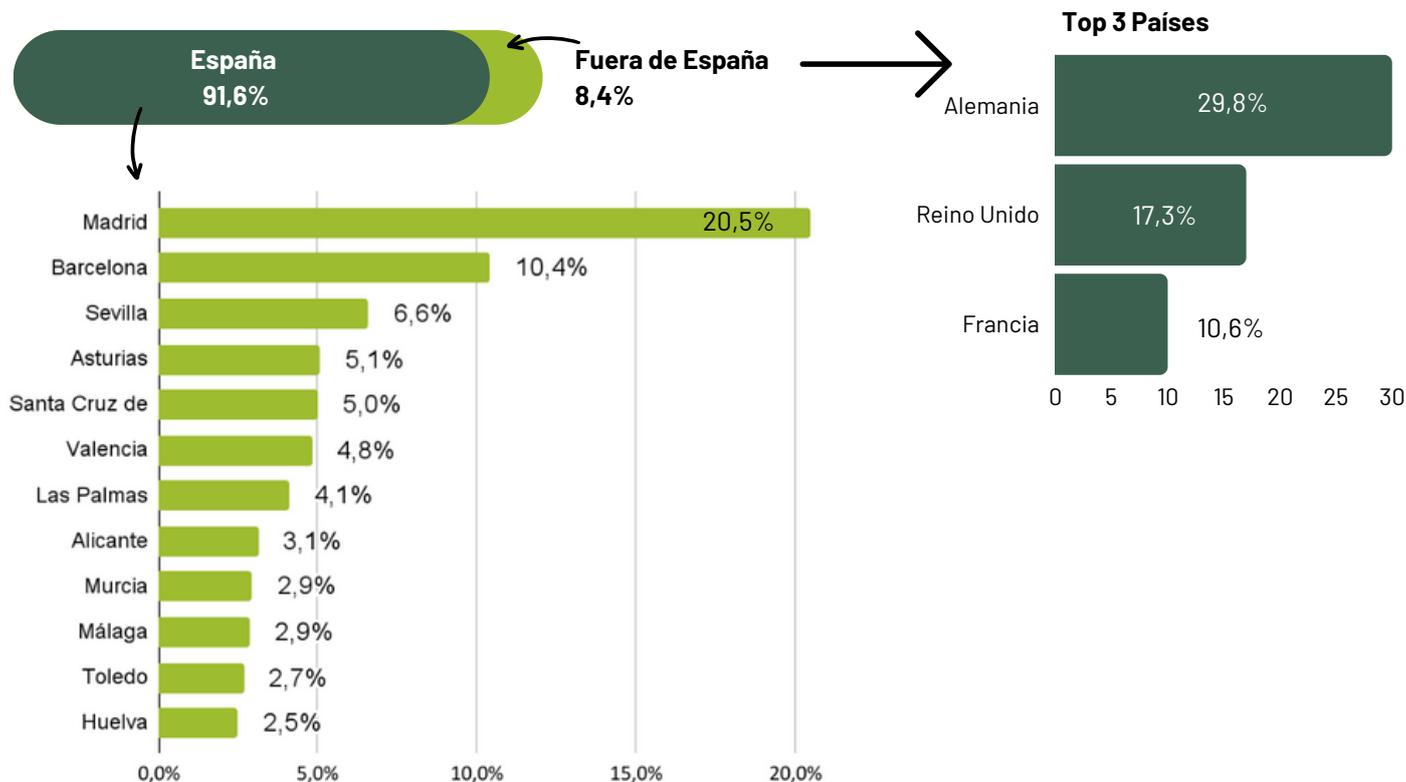
El 74% dicen contar con **estudios superiores** y un 22,2% cuentan con estudios secundarios/FP.

### G7: Situación laboral



La gran mayoría (el 82,9%) de los encuestados dice estar en **situación activa**, trabajando. Le sigue el 6,8% que está jubilado, y el 3,8% que son estudiantes.

### G8: Origen de los participantes

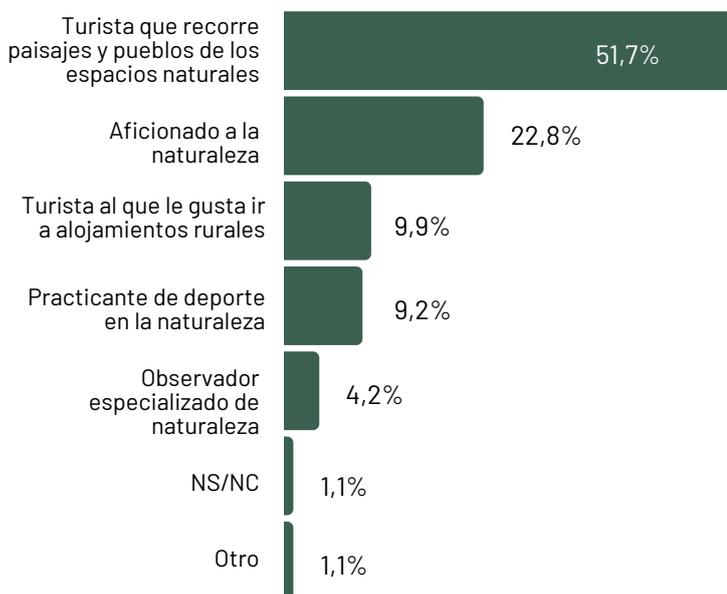


Dentro del 91,6% de las personas que **provienen de España**, **Madrid** sigue siendo la provincia donde vive el mayor número de los encuestados con un 20,5% del total, seguido de **Barcelona** con un 10,4%, Asturias con un 5,1% y Sevilla con un 6,6%.

En lo referente a los encuestados que residen **fuera de España**, **Alemania** sigue encabezando la lista un año más, con un 31% del total. Este es un mercado que reafirma su importancia en el ecoturismo; dato a tener en cuenta a la hora de enfocar esfuerzos de comunicación. Le sigue **Reino Unido** con un 18% y **Francia** con un 11%. El 42,5% restante pertenece a otros países con porcentajes que oscilan entre el 5,8 y 0,1% de los datos como Irlanda, Bélgica o Países Bajos.



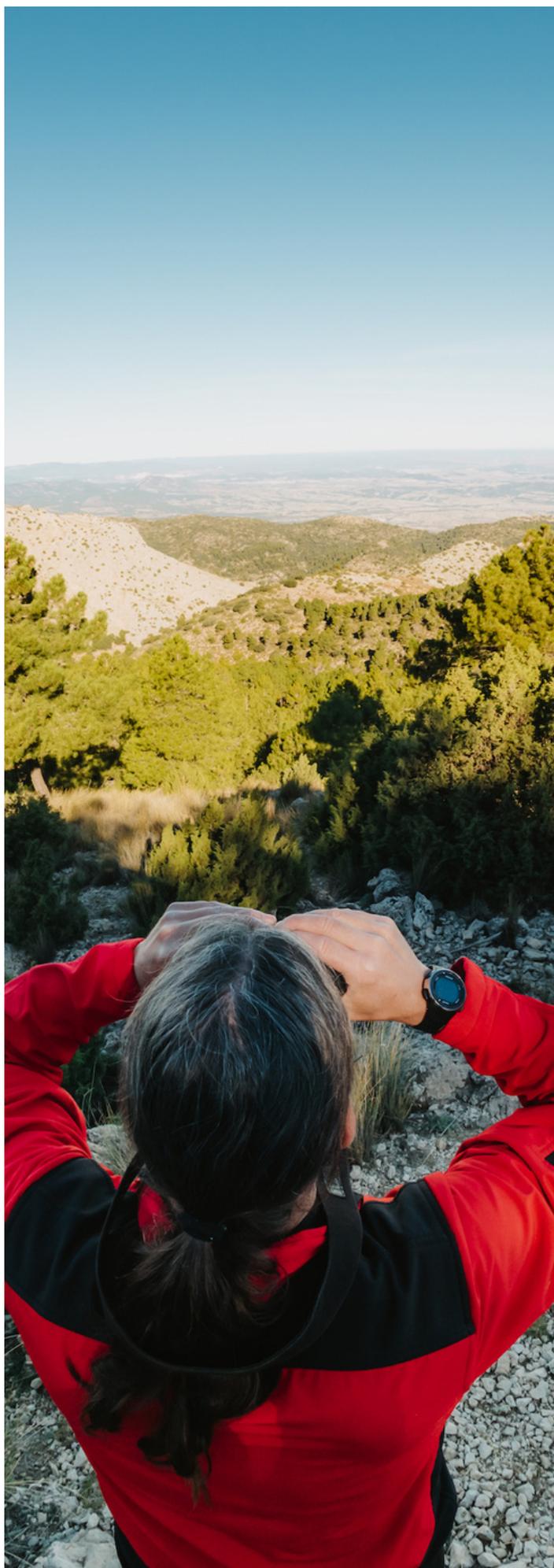
### G9: Cuando visitas o viajas a un espacio natural, ¿con qué tipo de turista te identificas más?



El 51,7% se identifica como **turista que recorre paisajes y pueblos de los espacios naturales**, y le sigue un 22,8% que se identifica como **aficionado a la naturaleza**.

En menor medida, están los que se identifican como turistas a los que les gusta ir a alojamientos rurales (9,9%) y los practicantes de deporte en la naturaleza (9,2%). Destaca el encuestado que se identifica como observador especializado de naturaleza (4,2%), que coincide con la tendencia que se ha observado anteriormente, situando la observación de fauna y flora como una actividad que ha ganado popularidad en los últimos tiempos.

Entre los que han escogido "otro", se encuentran desconectar y disfrutar, disfrutar de la gastronomía local, disfrutar de la naturaleza, escalar, fotografía, senderismo, y contacto con las personas del lugar y su modo de vida.



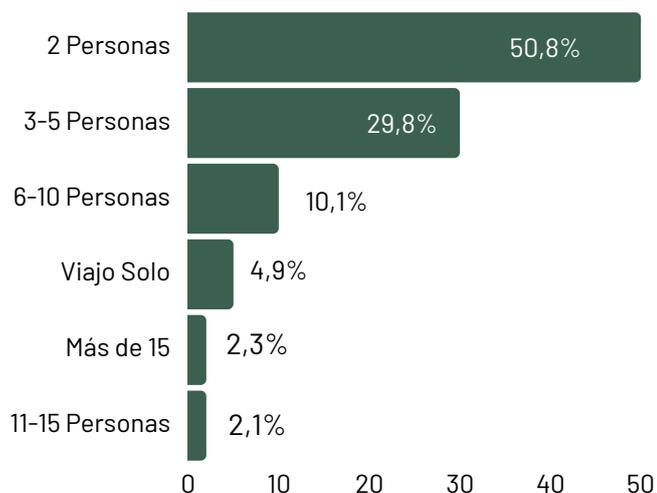
## Características del viaje ecoturista

### G10: ¿Es la primera vez que visitas este destino?



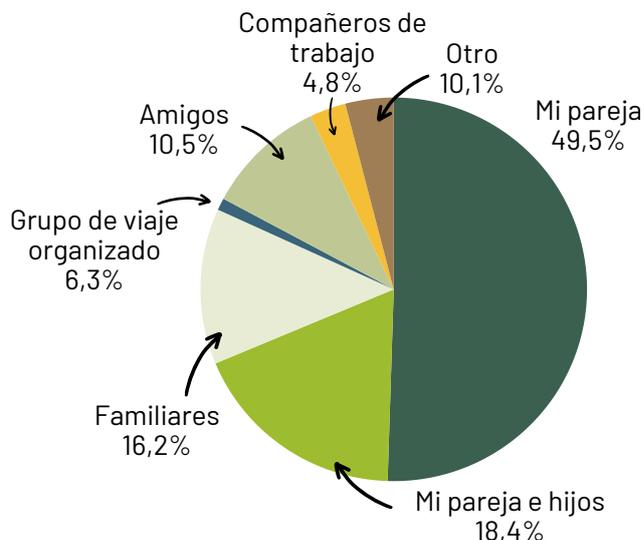
El 69% admite **haber visitado el destino por primera vez**, mientras que un 31% son viajeros que ya lo han visitado antes y repiten su visita.

### G11 : ¿Cuántas personas forman el grupo con el que has viajado?



El 80,6% afirma **viajar con menos de 5 personas** y el 50,8% dice viajar con una persona más (**grupo de 2 personas**). De este modo, se puede generalizar que el ecoturista viaja en grupos muy reducidos. Los grupos de más de 6 personas corresponden al 14,5% de la muestra mientras que tan solo el 4,9% admite viajar solo.

### G12: ¿Quiénes han sido tus acompañantes?



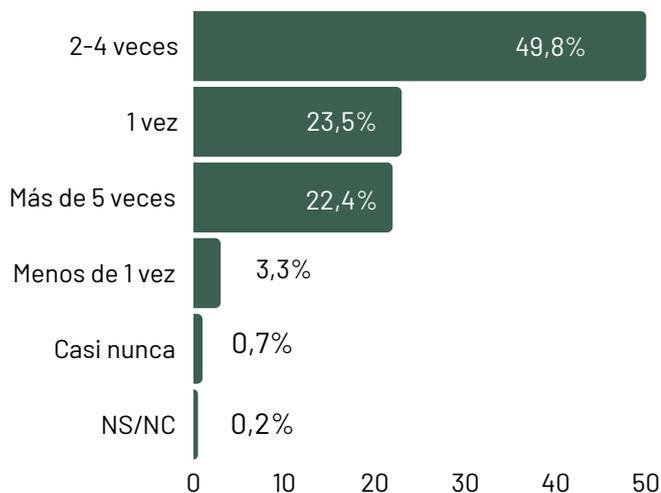
El 67,9% viaja con **personas de la misma unidad familiar** (pareja y/o hijos), siendo en el 49,5% de los casos la pareja la única acompañante. Se puede constatar que el ecoturismo es un tipo de viaje llevado a cabo en familia mayoritariamente, aunque también con un porcentaje relevante de 13,5% es viajar con otros familiares directos o con amigos (un 10,5%). Otros acompañantes como persona en grupo de viaje organizado (2,6%) o compañeros de trabajo en viaje de incentivo (1,1%) son opciones menos comunes.

### G13: ¿Has viajado con niños menores de 12 años?



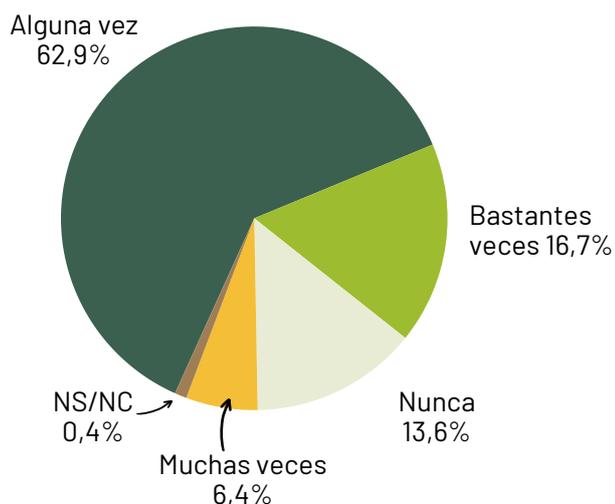
El 82,1% de los participantes viaja **sin** niños menores de 12 años, mientras que el 17,6% viaja con ellos a los espacios naturales. No obstante, el 18,4% afirmó viajar con sus hijos en la pregunta anterior, con lo que se asume que los hijos son ya mayores.

**G14: ¿Con qué frecuencia visitas o viajas a espacios naturales?** (En un año)



En el análisis de la frecuencia con la que los encuestados visitan o viajan a espacios naturales, **2-4 veces al año** es opción más escogida, con un **49,8%**. Le siguen aquellos que visitan 1 vez al año con un 23,5% y en el otro extremo, con más de 5 veces al año estaría el 22,4%.

**G15: ¿Sueles contratar alguna actividad guiada con empresas?**

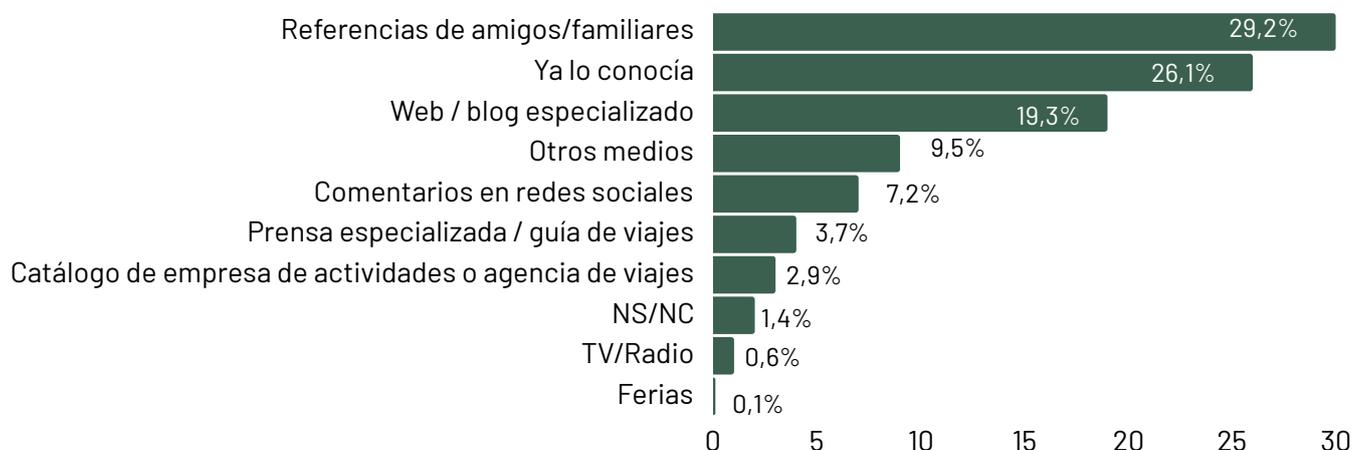


El 86% de los ecoturistas suelen contratar actividades, aunque la mayoría no lo hace con frecuencia.



## Motivaciones de viaje

### G16: ¿Cómo has conocido este destino?



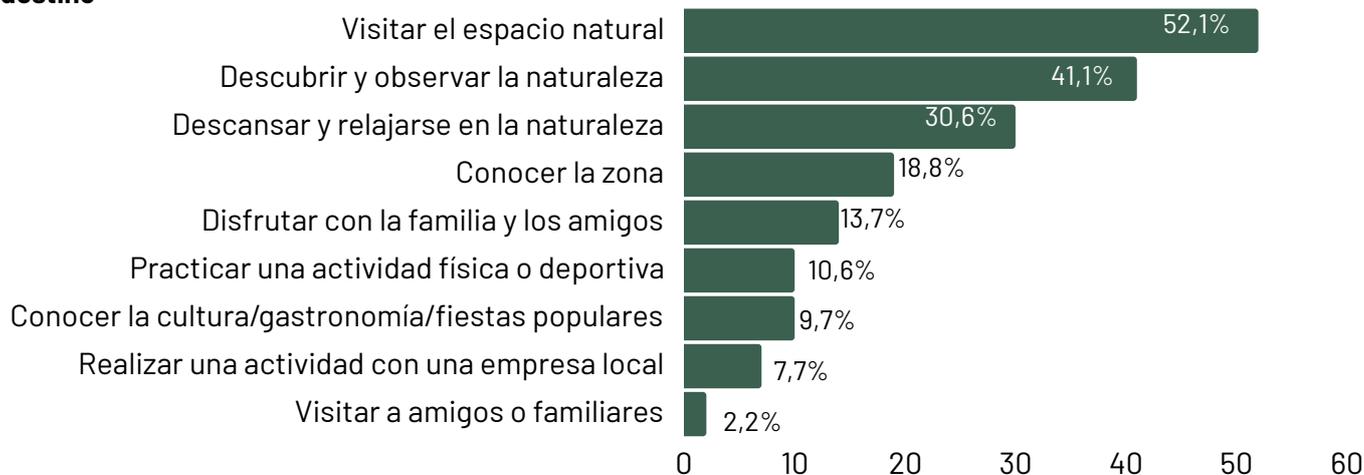
El 29,2% de los ecoturistas encuestados ha conocido el espacio natural visitado por **referencias de amigos o familiares**, seguido de un 26,1% que **ya lo conocía** previamente.

Adicionalmente, un 26,6% admite haber conocido el potencial ecoturístico del destino a través de medios digitales, donde un 19,3% hace referencia a páginas web y blogs especializados y un 7,2% a comentarios en redes sociales.

Los medios de promoción más tradicionales han obtenido un 4,3% conjuntamente como son la TV Radio (0,6%), la prensa especializada (3,7%) o las ferias (0,1%). De esta forma, cabe resaltar la importancia que tiene para la promoción del ecoturismo y de los espacios naturales tanto la experiencia vivida por personas conocidas del círculo de influencia del ecoturista, como las reseñas y comentarios obtenidos por terceros a través de la presencia online.



**G17: De los siguientes motivos, indica cuáles han sido los 2 más importantes para ti a la hora de visitar este destino**



El **52,1%** de los encuestados afirma que su **principal motivo es visitar el espacio natural**, seguido del 41,1% cuya motivación principal es la de descubrir y observar la naturaleza, el 30,6% prefiere descansar y relajarse en la naturaleza y el 18,8% busca conocer la zona.

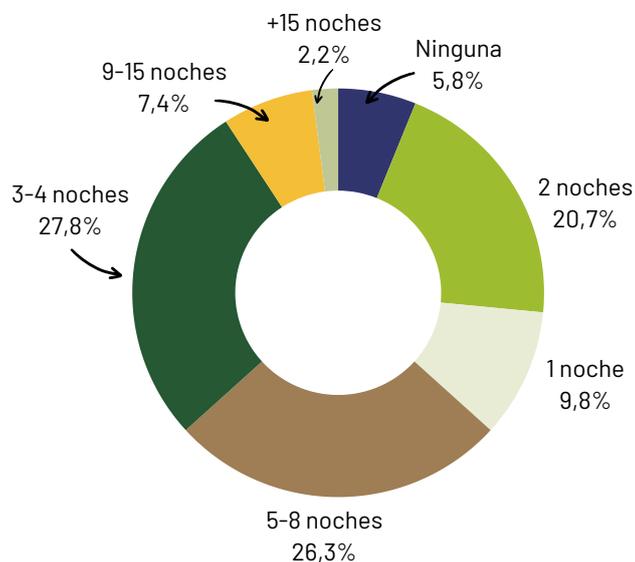
Entre las opciones que no destacan como principales motivos se incluyen disfrutar con la familia y los amigos (13,7%), practicar una actividad física o deportiva (10,6%), conocer la cultura, la gastronomía o las fiestas populares (9,7%), realizar una actividad o experiencia con una empresa local (7,7%) y visitar amigos o familiares (2,3%).

Con esto se constata que el ecoturista **prioriza los motivos relacionados directamente con la naturaleza**, ya sea visitar el espacio natural, descubrir y observar la naturaleza o relajarse en ella. Cuestiones por las que se diferencia el ecoturismo de otros productos turísticos como el turismo activo, el turismo cultural o el gastronómico.



## Alojamiento

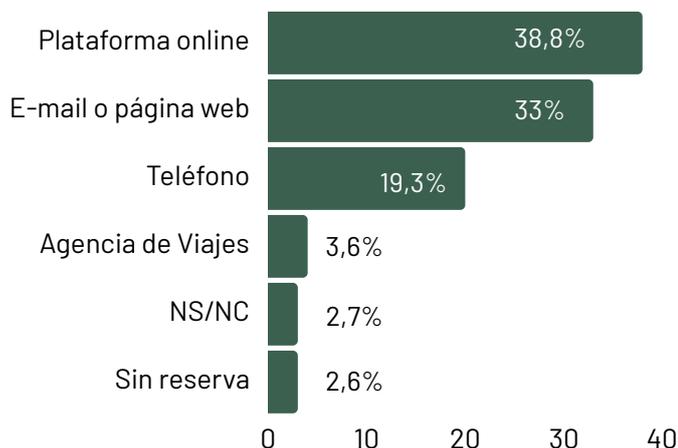
**G18: ¿Cuántas noches has pasado fuera de tu residencia habitual en este viaje?**



El 94,2% de los ecoturistas encuestados han pasado **más de 1 noche** fuera de su lugar de residencia para realizar su viaje. El 54,1% realizaron un viaje de entre 3 y 8 noches, de los cuáles el 27,8% permaneció entre 3 y 4 noches. El 30,5% reconoció pasar de 1 noche (el 9,8%) a dos noches (20,7%) fuera de su domicilio.

En los opuestos se encuentra el 9,6% de encuestados que admitió haber realizado un viaje de más de 9 noches, mientras que el 5,8% no pasó ninguna noche fuera de su lugar de residencia actual.

**G19: ¿Cómo has hecho la reserva del alojamiento para este viaje?**

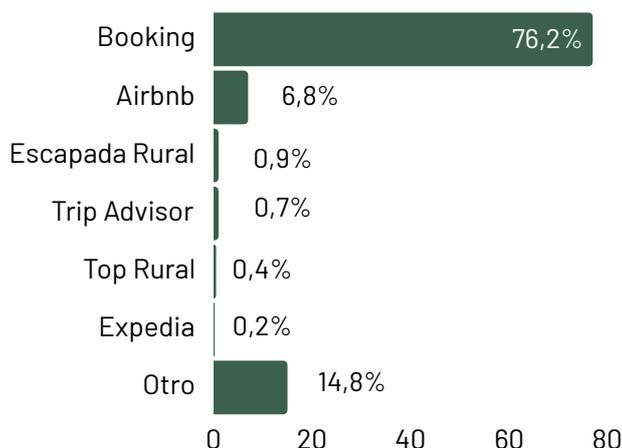


Prevalece la tendencia en el **uso de medios digitales para realizar la reserva** del alojamiento con un 71,5% de usuarios realizando sus reservas por email, página web del propio alojamiento (33%) o plataforma de comercialización online (38,8%).

Adicionalmente, el 22,8% ha realizado sus reservas por **otros medios** como son por teléfono directamente con el alojamiento (19,3%), o a través de una agencia de viajes (3,6%). Un 2,6% no ha realizado reserva y se ha dirigido directamente al alojamiento.

Desde otra perspectiva cabe destacar que el **52,3% de encuestados realizó su reserva directamente con el alojamiento**, ya sea a través de medios digitales directos o por teléfono. En 2022 este porcentaje era de 57,2%, donde las reservas por teléfono eran un 4,4% más. En 2023 este descenso ha beneficiado directamente al aumento en las plataformas de comercialización (4,8% más con respecto a 2022).

#### G20: Indica la central de reservas o plataforma online que has utilizado para hacer tu reserva



Del **38,8%** de usuarios que ha admitido usar plataformas de comercialización, **Booking** sigue llevando la delantera con un 76,2%. Le sigue Airbnb (6,8%) y Escapada Rural con un 1,3%.

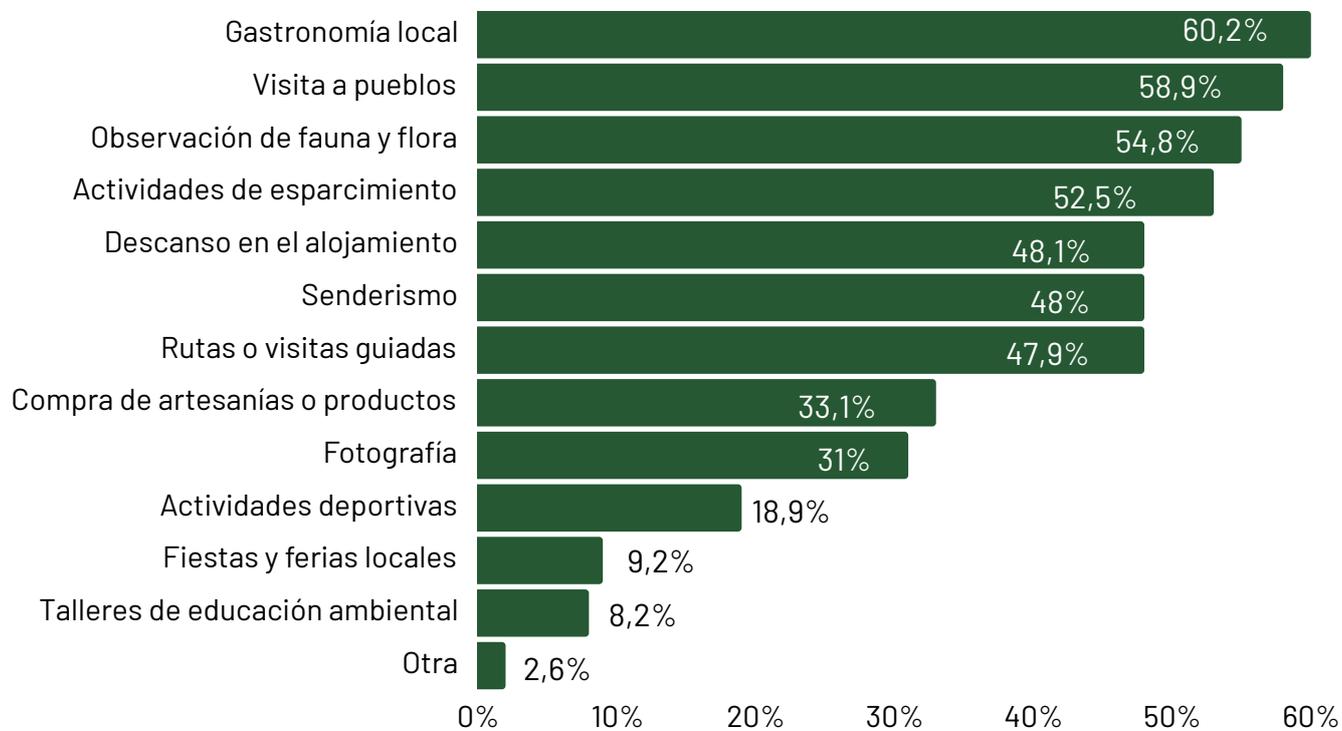
Top Rural, perteneciente a Expedia Group y ahora renombrado como Vrbo, entra al ranking con un 0,4%. Entre las plataformas (opción "otro") que representa un 14,8%, el claro ganador es Civitatis.

Analizando los resultados en su totalidad, sigue predominando el **uso de plataformas que no están directamente relacionadas con el ecoturismo**, con un 98,7% entre Booking, "otro" y Airbnb en la cabecera, seguidos de TripAdvisor y Expedia, y que ofrecen servicios y actividades variados, frente a las plataformas de alojamiento rural de Escapada Rural y Vrbo (Top Rural) con un 1,3% en total.



## Actividades

**G21: Indica cuál o cuáles actividades has realizado en este viaje.**

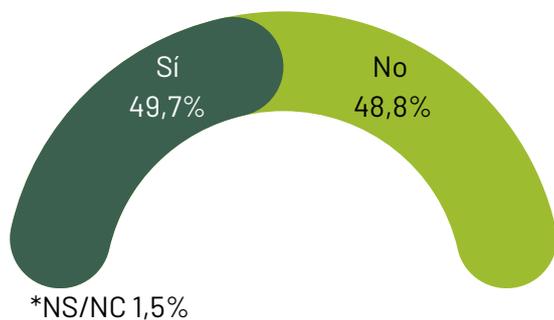


Entre las actividades que más se realizan, encabeza la lista el **disfrute de la gastronomía local** con un 60,2%, seguida de **visita a pueblos** con un 58,9% y **observación de fauna y flora** con un 54,7%. En cuanto a las actividades más físicas, el senderismo sigue siendo común, con un 48%, mientras que las actividades deportivas como rutas a caballo, buceo, bicicleta, descenso en canoa o montañismo obtienen un 18,9%.

Las rutas o visitas guiadas (47,9%), son también una opción común, como las actividades de esparcimiento (paseos cortos, picnic o tomar el sol) suponen un 52,5%) y ya en menor medida la compra de artesanías o productos locales (33,1%) o la fotografía (31%).



**G22: ¿Has contratado los servicios de alguna empresa de actividades?**



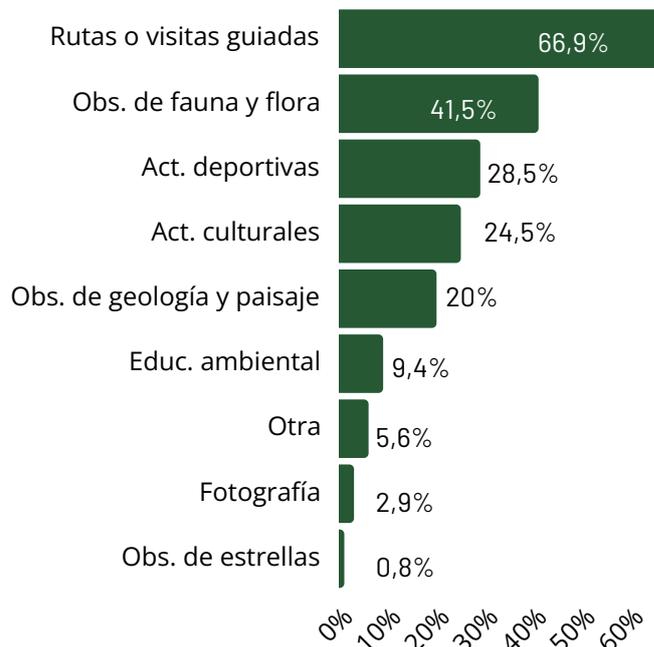
Casi la mitad de encuestados (el 49,7%) **admite haber contratado** alguna actividad durante su viaje de ecoturismo.

**G23: ¿Has contratado los servicios de alguna empresa de actividades?** *Cuestionarios procedentes de clientes de las empresas de alojamiento.*



El 57,3% de la muestra que fue invitada a participar a través de empresas de alojamiento. En este caso, el porcentaje de ecoturistas que afirma haber contratado una actividad con una empresa es **considerablemente inferior (21,9%)** que el apartado anterior. Por tanto, la gran mayoría (77,4%) de los clientes de los alojamientos adheridos al club de producto Ecoturismo en España no contrata actividades con empresas durante su viaje,

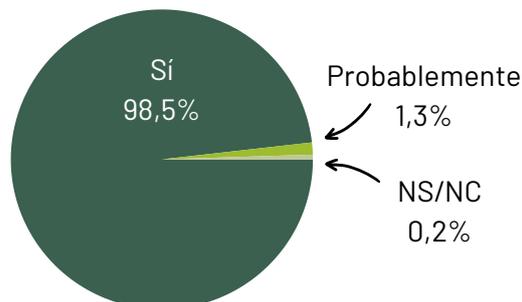
**G24: ¿Qué tipo de actividades has contratado?**



En cuanto al tipo de actividades que se han contratado, sigue encabezando la lista las **rutas guiadas en espacios naturales** con un 66,9% de los encuestados que las han realizado, seguido de **actividades de observación de fauna y flora** con un 41,5%, actividades deportivas (que incluyen rutas a caballo, buceo, bicicleta y descenso en canoa) con un 28,5% y actividades culturales, como visitas guiadas a monumentos, yacimientos arqueológicos o cascos históricos, con un 24,5%.

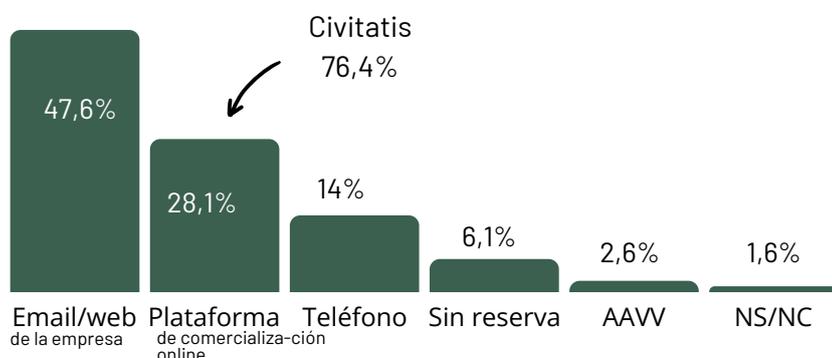
Las actividades clasificadas como "otra", con un 5,6%, incluyen pesca deportiva, grutas, elaboración de productos artesanales, buceo, disfrutar de la vida en la granja y actividades de custodia del territorio, entre otras.

### G25: ¿Recomendarías la actividad a otra persona?



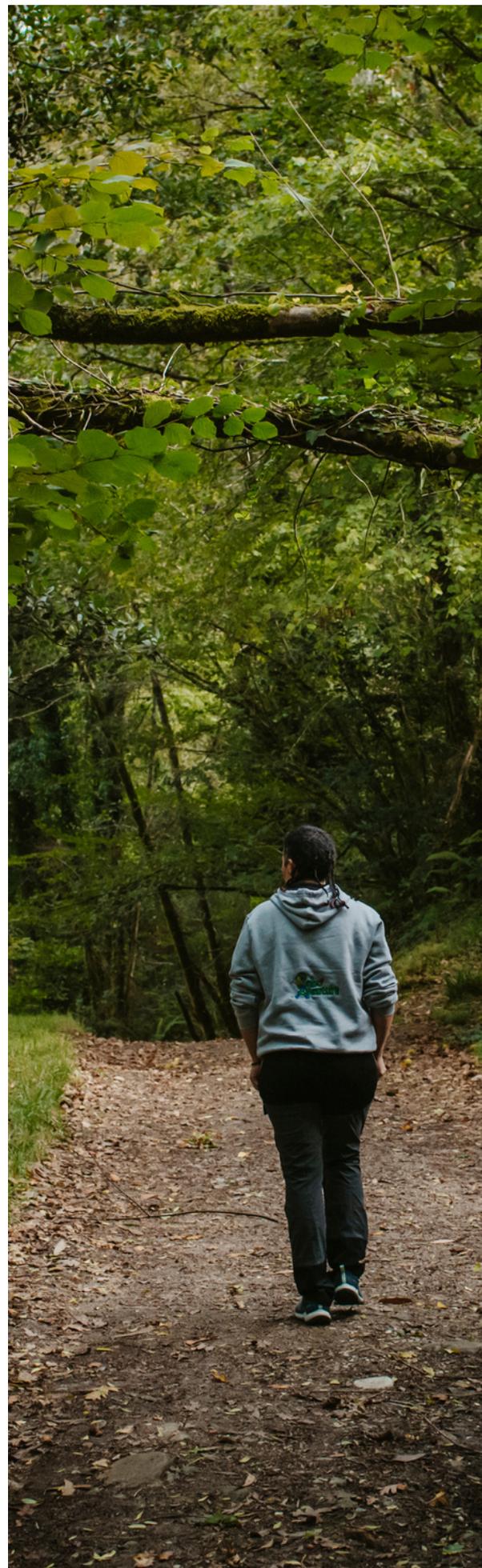
Un arrasador 98,5% de las personas que han contratado actividades, **las recomendaría** a otra persona. Tan solo un 1,3% dice que probablemente, pero en particular, no existe ninguna persona que no recomendaría las actividades contratadas. La gran satisfacción de los ecoturistas con las actividades contratadas repercute en la satisfacción general con el destino, así como aumenta la posibilidad de que recomienden a familiares y amigos a viajar al destino y a realizar estas actividades.

### G26: ¿Cómo has hecho la reserva de esta/s actividad/es?



La reserva de actividades **a través de medios digitales sigue predominando como el medio principal con un 75,6%**, donde Civitatis ha sido la más utilizada. Aquellas realizadas directamente con la empresa por email o su página web (47,6%) también son importantes, seguidas del 28,1% que utilizó una plataforma de comercialización online.

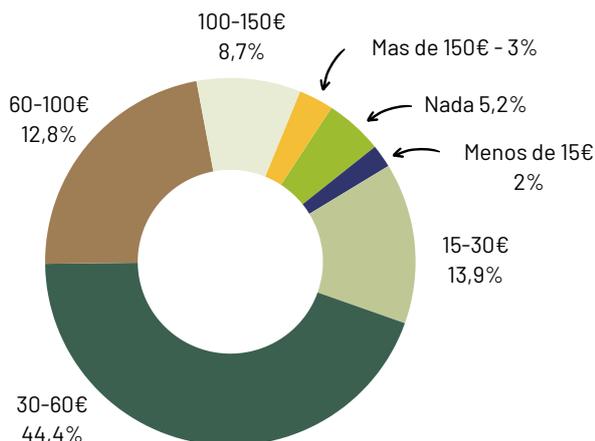
Desde otra perspectiva, el 61,6% llevó a cabo la reserva **directamente con la empresa**, ya sea a través de sus medios digitales directos o a través de una llamada telefónica (14%). Mientras que el 2,6% reservó a través de una agencia de viajes y un 1,6% que no sabe o no contesta.



## Gasto

Los siguientes gráficos muestran la relación entre **diferentes conceptos susceptibles de contribuir al gasto total del viaje** de ecoturismo en los espacios protegidos y el gasto estimado invertido por el visitante. Los datos muestran las respuestas a: ¿Qué gasto has realizado o tienes previsto realizar en cada uno de los siguientes conceptos durante tu estancia?

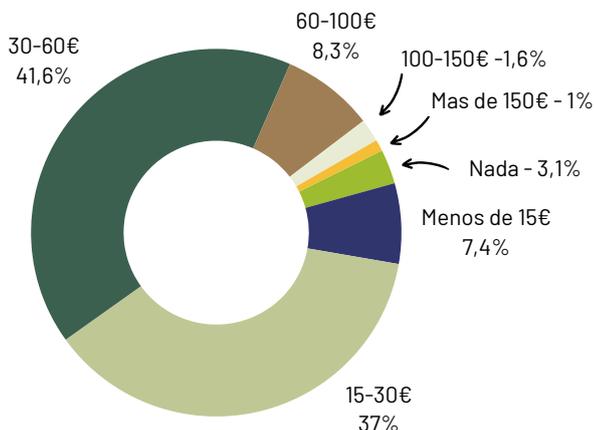
**G27: Alojamiento.** Precio total por persona y noche entre el nº de usuarios.



Esta es la categoría que se lleva la **mayor parte del presupuesto**. Un 44,4% gasta entre 30 € y 60 € por persona y noche. El 13,9% gasta entre 15-30 € y el 12,8% entre 60-100 €. Un 8,7% dice gastar entre 100-150 € por persona/noche mientras que, en el otro extremo, un 5,2% dice no gastar nada.

Gasto medio en alojamiento: **57 € persona/noche**  
**35% del gasto del viaje**

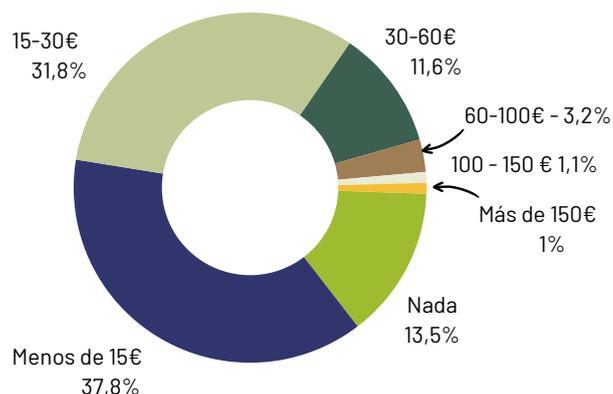
**G28: Comidas (restaurantes y bares).** Coste medio por persona/día.



El 41,6% gasta entre 30 € y 60 € por persona y día mientras que el 37% gasta entre 15 y 30 €. El 8,3% gasta entre 60 y 100€

Gasto medio en comidas: **38 € persona/día**  
**23,2% del gasto del viaje**

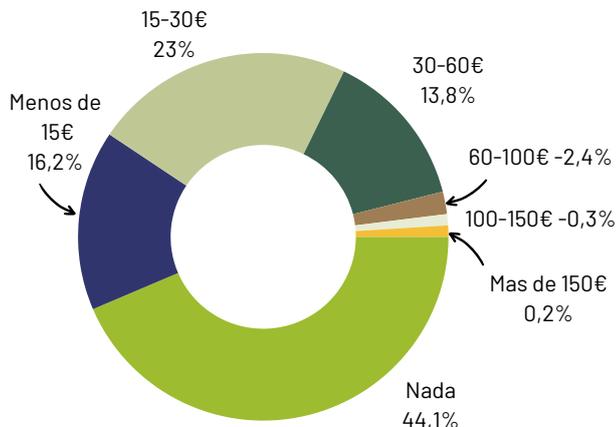
**G29: Compra de productos locales y recuerdos**



En este caso, el 13,5% no destinó nada del gasto a la compra de productos locales y recuerdos mientras que el 37,8% destinó **menos de 15 €** por persona/día. El 31,8% gastó entre 15-30 € y el 16,9% más de 30 € .

Gasto medio en compra de productos locales/recuerdos: **21 €**  
**12,7% del gasto del viaje**

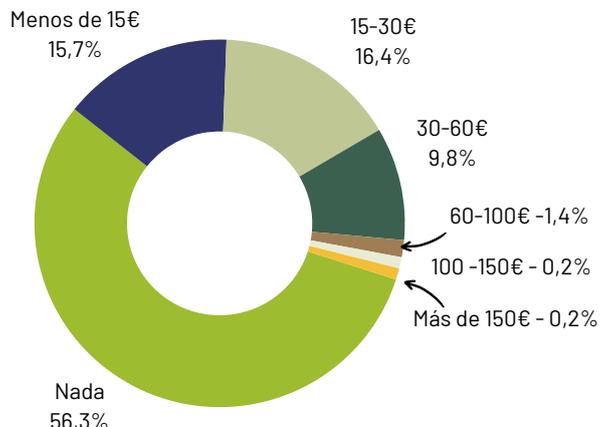
### G30: Ruta guiada al espacio natural



El 44,1% no destinó **nada** de su presupuesto **a las rutas guiadas** al espacio natural durante su viaje. No obstante, el 23% gastó entre 15 y 30 €, el 13,8% destinó entre 30-60 € por persona/día y el 16,2% menos de 15 €.

Gasto medio en ruta guiada: **15 €**  
**9,3% del gasto del viaje**

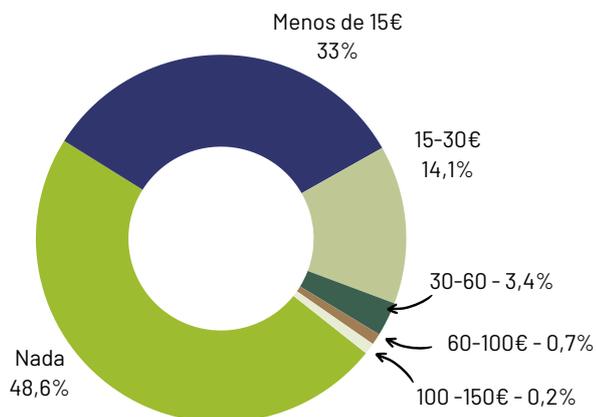
### G32: Actividades de observación de la naturaleza



El 56,3% ha indicado no destinar nada de su gasto frente a un 32% que expresa gastar hasta 30 €. Adicionalmente, un 11,6% gasta más de 30 €.

Gasto medio en actividad de observación: **11 €**  
**6,9% del gasto del viaje**

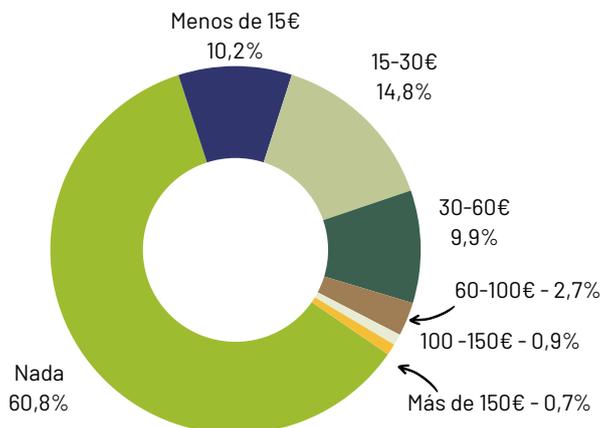
### G31: Visitas a museos y centros de interpretación



El 48,6% no destinó nada del gasto para este tipo de visitas, mientras que el 33% **destinó menos de 15 €**. El 14,1% gastó entre 15 y 60 € durante su estancia por persona/día.

Gasto medio en museos/centros de interpretación: **8 €**  
**4,9% del gasto del viaje**

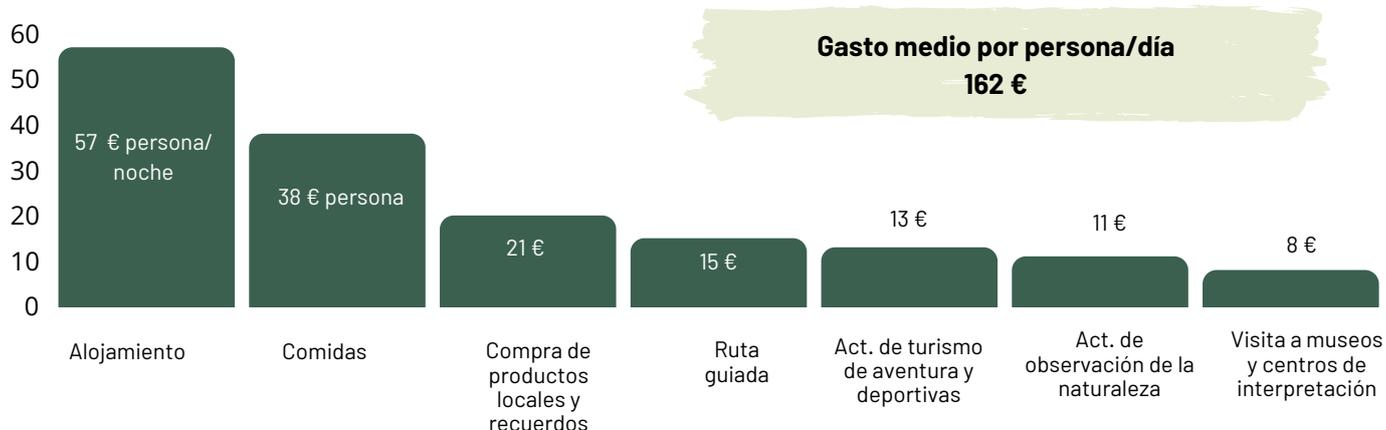
### G33: Actividades de turismo de aventura y deportivas



El 60,8% no destina nada de su gasto a esta actividad, mientras que el 10,2% destina menos de 15 € y el 14,8% entre 15 y 30 € por persona y día. El 9,9% gasta entre 30-60 €.

Gasto medio en actividad de turismo de aventura/deportivo: **13 €**  
**7,9% del gasto del viaje**

### G34: Medias de gasto por concepto



El alojamiento encabeza la lista con **57 € por persona y noche** (un 35% del gasto medio), seguido de comidas (bares y restaurantes) con **38 € por persona y día** (un 23,2% del gasto medio) y de la compra de productos locales y recuerdos con **21 € por persona y día** (un 12,7% del gasto medio). Estos tres conceptos componen el **70,9% del gasto** por persona y día durante un viaje de ecoturismo.

Adicionalmente, se está realizando más gasto en otras actividades, destacando las rutas guiadas en espacio natural con 15 € de gasto medio, las actividades de observación de la naturaleza con 11 € de gasto medio y las visita de museos y centros de interpretación, con 8 € de gasto medio.

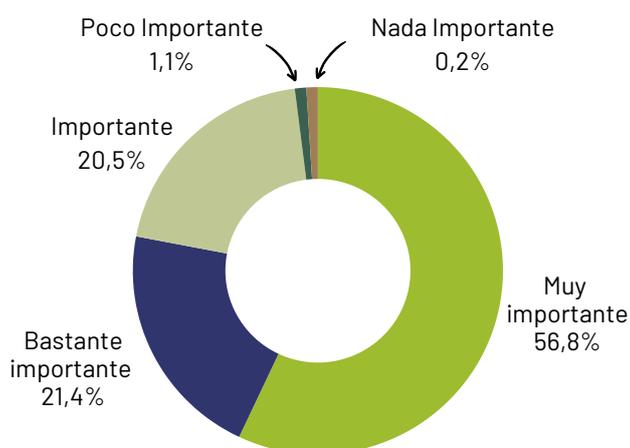
En conclusión, el gasto medio estimado de un ecoturista en 2023 es de **162,4 € por día**.



## Valores ecoturistas

Los siguientes gráficos muestran la **relación entre diferentes valores ecoturistas y el grado de importancia** que suscitan cada uno de ellos en los encuestados durante su viaje a un espacio natural. Los datos muestran las respuestas a: Valora la importancia que tienen estos factores para ti cuando viajas a un espacio natural. La escala de valores va desde “nada importante” a “muy importante” para cada una de las respuestas.

### G35: Que mi viaje ayude a conservar el espacio natural que visito



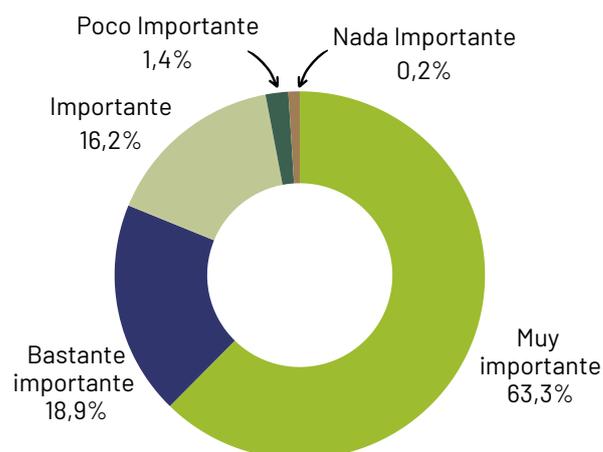
El **98,7%** de encuestados **valoró de importante a muy importante** que su viaje ayude a conservar el espacio natural, de los cuáles el 56,8% lo valoró como muy importante, seguido del 20,5% que lo valoró como importante y el 21,4% como bastante importante.

### G36: Que mi viaje contribuya al desarrollo local



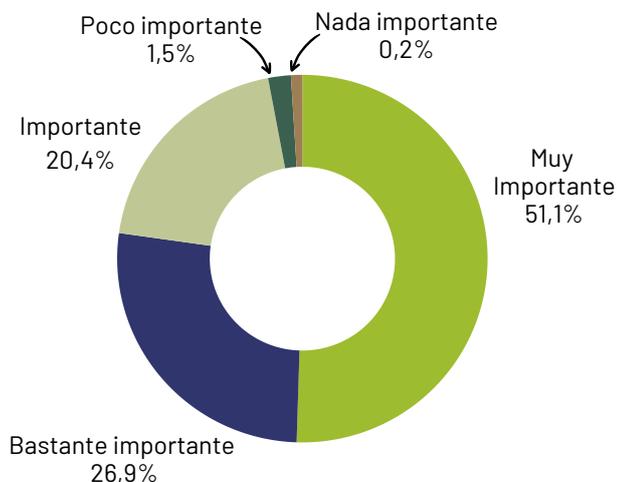
El **98,6%** de encuestados **valoró de importante a muy importante** que su viaje contribuya al desarrollo local (empresas locales, habitantes). El 47,6% calificó este valor como muy importante, seguido del 26,6% que lo valoró como bastante importante y el 24,4% de importante.

### G37: Generar el menor impacto ambiental posible con mi viaje



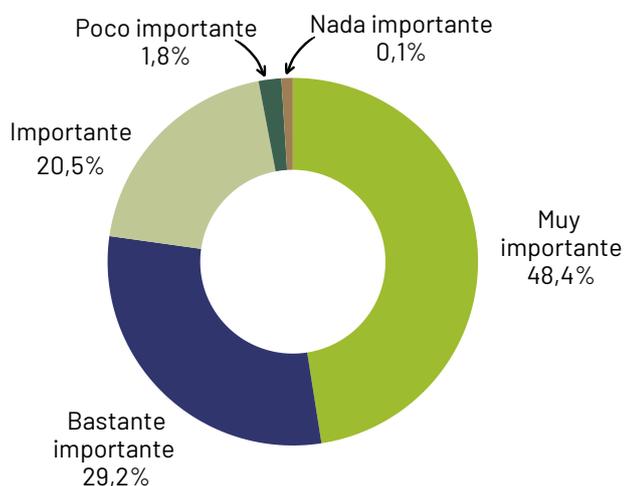
Como en los casos anteriores, **el 98,4%** de encuestados valoró **de importante a muy importante** que su viaje genere el menor impacto ambiental posible. El 63,3% lo califica de muy importante seguido por el 18,9% que piensa que es bastante importante y el 16,2% que opina que es importante.

### G38: Aprender sobre los valores del espacio natural



El **98,3%** de los participantes considera que es **importante** en mayor o menor grado aprender sobre los valores del espacio natural, donde el 51,1% opinó que es muy importante, el 26,9% bastante importante y el 20,4% importante.

### G39: Conocer la forma de vida del lugar al que viaja



Para terminar, el **98,1%** de los encuestados valoraron de importante a muy importante poder conocer la forma de vida del lugar que visitan. El 48,4% opinó que es muy importante, el 29,2% bastante importante y el 20,5% importante.

En general, se observa que **todos los aspectos mencionados** son considerados como importantes, bastante importantes y muy importantes por los viajeros, **por encima del 98%**. Por esto resulta esencial comunicar a los clientes el valor añadido de los servicios que está disfrutando cuando además contribuyen a generar una huella positiva en el territorio y en el propio viajero.

El número de personas que ha contestado que estos valores son nada (de 0,1% a 0,2%) o poco importantes (de 1,1% a 1,8%) para ellos, es mínimo.

Estos son datos muy reveladores, ya que muestran que el ecoturista tiene conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad en un destino, lo cual demuestra el impacto tan positivo, no solo económico, sino también social, cultural y ambiental que puede generar esta tipología de turismo para el territorio y sus habitantes.



**Accede al informe completo en:**  
**[www.soyecoturista.com](http://www.soyecoturista.com)**



**Observatorio de Ecoturismo en España**