

Acción D.3.1. Evaluación del impacto socioeconómico

Descripción

Para la evaluación del impacto directo sobre la economía local basada en los sectores forestal y turístico se hizo una serie de entrevistas en septiembre de 2015 complementadas en una segunda serie en septiembre de 2016. Los objetivos eran: 1) sector forestal: evaluar el impacto sobre el sector a escala local; 2) sector turístico: evaluar si las tejedas son tenidas en cuenta dentro de las actividades que se proponen a los visitantes de las zonas de actuación; 3) población local: evaluar el grado de conocimiento sobre las tejedas y saber el grado de sensibilización. Los contactos con los actores locales, las poblaciones y visitantes fueron aprovechados para informar sobre el proyecto Life TAXUS y la red Natura 2000 (con mención de la financiación de la Unión Europea) y para sensibilizar a la gente sobre la importancia de la conservación de los hábitats y las especies, y del patrimonio natural en general.

Se entrevistó a las distintas empresas que trabajaron directamente en la ejecución de las acciones de conservación del Life. Se entrevistó a los distintos operadores turísticos, turistas y población local. En el caso del sector turístico y población local se identificaron 4 grupos objetivo:

1. Servicios directos: empresas de guías de naturaleza, de turismo activo en la naturaleza, de divulgación de valores naturales, etc.
2. Servicios indirectos: alojamientos, restauración, comercios, etc.
3. Agentes de promoción: oficinas y puntos de información turística, centros de visitantes, centros de interpretación, etc.
4. Agentes de planificación y visión estratégica: administraciones locales, consorcios, patronatos, etc.

Las distintas entrevistas se realizaron presencialmente, por vía telefónica y también a través de correo electrónico utilizando tres tipos distintos de modelos de encuesta.

Por cada grupo se abordaron los siguientes parámetros

1. El grado de conocimiento del proyecto Life TAXUS.
2. El grado de valoración por parte de los participantes de la realización de proyectos ambientales y de conservación.
3. La importancia que del tejo y las tejedas en consideración a la oferta que brindan los encuestados.
4. Nota del 1 al 10 de importancia sobre aquellos factores destacados para la visita a las tejedas.
5. Grado de impacto del proyecto Life TAXUS en su actividad en general.
6. Cuáles son los aspectos del territorio reconocidos por parte de los visitantes.

Medidas correctoras

La primera evaluación (septiembre de 2015) sirvió para emprender algunas medidas correctoras, que se exponen a continuación:

- Se ha instado a los socios para que se visualice en su propia Web la información general sobre el proyecto Life TAXUS y publiciten las actividades a sus diversos contactos (infolistas). Esta información se ha difundido también en redes sociales (cuenta Instagram del proyecto).
- Se ha incrementado el esfuerzo de publicitar el proyecto en la prensa local y regional y otros medios de comunicación durante 2016, aprovechando las actividades de plantación de tejos.
- Se ha Coordinado los sitios y tiempo de difusión de la exposición itinerante, aprovechando por ejemplo ferias u otros eventos locales. Por ejemplo, en la Alta Garrotxa se ha llevado la exposición en el nuevo Centro de Atención a Visitantes de La Fageda Fundació (que ha ejecutado los trabajos de conservación en la Alta Garrotxa), con miles de visitantes al año. En las distintas localidades, se ha publicitado la exposición en los medios locales, se han realizado en la mayor parte de los casos un acto de presentación y se ha procurado vigilancia e información complementaria (folletos) durante los horarios de apertura. Se ha registrado el número de visitantes.
- Distribución de folletos en sitios clave de visitación turística (turistas y locales). Para esto se han contactado las Oficinas de Turismo, puntos de información turística, casas rurales y restaurantes (con ayuda de los socios locales). No ha sido necesaria la impresión de más folletos. Solo se ha completado la acción mediante un poster de las tejedas del bosque de Poblet (Muntanyes de Prades).
- Se ha realizado un gran esfuerzo de planificación de las actividades de educación ambiental con escuelas locales. Se ha contactado con todas las escuelas de cada comarca de las cuatro zonas ZEC principales del proyecto. Las actividades se han realizado en todos los centros interesados. Por disponibilidad de calendario en algunos casos se han programado post-Life, como son los CEIP Rocalba (St. Feliu de Pallarols), Lluís Castells (Riudaura) y Castanyer (Sant Joan de les Fonts) en la comarca de la Garrotxa para el curso 2017-2018. La oferta se ha completado con productos adicionales no previstos: la aplicación para móvil eduloc.taxus y la maleta didáctica depositada en el centro de recursos pedagógicos de Girona y disponible para toda Cataluña.
- Se ha organizado una plantación popular tejos en Rasquera, con la implicación de la prensa local y regional para una mejor difusión.

Evaluación

El Life TAXUS actúa sobre diversas tejedas en el NE de la Península Ibérica, pero todas ellas situadas en zonas rurales de montaña mediterránea. El proyecto ha incidido sobre la economía y la calidad de vida de la población local a través de los siguientes aspectos.

1. Revitalización de la economía local basada en el sector forestal

El Life TAXUS ha empleado directamente o mediante servicios indirectos de otras empresas a través de las adjudicatarias sobre 41 empresas o profesionales autónomos (tabla 1). Por lo que se refiere a empresas del sector forestal, el Life TAXUS ha beneficiado directa o indirectamente a 22 empresas (tabla 2). Representan el 54% de empresas subcontratadas, el 87% del personal y el 75% de los jornales empleados. Comprenden las acciones de conservación, por lo que puede tomarse como indicativo del esfuerzo dedicado a estas acciones. El resto de servicios se reparten entre biólogos y técnicos forestales para inventarios y seguimiento ecológico, acciones de comunicación (dibujante, fotógrafo, imprentas, traductores, etc.), educadores ambientales, evaluación del impacto socioeconómico, servicios de restauración y auditoría, principalmente. La política seguida por el Life TAXUS al emplear las empresas ha sido favorecer las empresas locales, siempre que a nivel contractual era posible. Todas fueron del ámbito local, excepto Monroyo Industrial, con sede en Monroyo (Teruel). Parte de las empresas de trabajos forestales conocían los proyectos Life, pero ninguna había trabajado en alguno. La mayoría tenía poca o nula experiencia en proyectos de conservación. Por esta razón, el coordinador del Life TAXUS realizó una sesión de formación previa a los trabajadores de cada empresa que ejecutaba trabajos de conservación y estimulaba la implicación de los trabajadores explicándoles que su trabajo era esencial para la consecución de los objetivos del Life. Durante su implementación siguió in situ el desarrollo de los trabajos para dar apoyo a la dirección del socio local y guiar su correcta ejecución, siguiendo las prescripciones técnicas, lo cual constituía una formación continuada del personal no habituado a trabajos de conservación en tejedas o hábitats similares.

Tabla 1. Impacto socioeconómico directo del Life TAXUS en empresas del sector forestal y otros servicios. Se incluye el número de empresas, el personal implicado y el número de horas invertidas.

Zona	Número de empresas	Personal	Horas
ZEC Alta Garrotxa	3	16	2491
ZEC Muntanyes de Prades	5	17	5859
ZEC Tivissa_Vandellós-Llaberia	5	15	1042
ZEC Cardó-El Boix	7	16	1780
ZEC Ribera Salada	1	3	120
ZEC Montserrat	1	3	141
Servicios comunes para el conjunto de ZECs	19	25	3979
	41	95	15.412

Tabla 2. Impacto socioeconómico directo del Life TAXUS en empresas del sector forestal para la implementación de las acciones de conservación. Se incluye el número de empresas, el personal implicado y el número de horas invertidas.

Zona	Número de empresas	Personal	Horas
ZEC Alta Garrotxa	2	15	2310
ZEC Muntanyes de Prades	3	24	4709
ZEC Tivissa-Vandellós-Llaberia	4	14	964
ZEC Cardó-El Boix	5	12	1501
ZEC Ribera Salada	1	3	120
ZEC Montserrat	1	3	141
Servicios comunes para el conjunto de ZECs	6	12	1760
	22	83	11505

ZEC Alta Garrotxa

Los socios y empresas implicados conocían la existencia de proyectos europeos como el LIFE y Natura 2000, pero es la primera vez que han participado en un proyecto LIFE. El CAG ha dirigido las acciones de conservación sobre el terreno y ha actuado como interlocutor con los propietarios. Dentro de su actividad general, destina aproximadamente un 60% de su presupuesto (incluyendo sueldos) a proyectos de conservación, y un 40% a la conservación del patrimonio cultural, uso público y desarrollo socioeconómico. Mencionan un interés en incrementar la cantidad de proyectos de conservación.

La Fageda Fundació ha realizado la totalidad de trabajos de conservación del Life TAXUS en Alta Garrotxa. Destina aproximadamente un 10% de su presupuesto a actividades de conservación y su gente menciona un interés en incrementar este porcentaje. La valoración que realizan las entidades participantes en el proyecto Life TAXUS es muy positiva por la experiencia adquirida en materia de gestión y actividades técnicas, y por la imagen de seriedad que da de cara a la participación en otros proyectos. Por otro lado,



EL Life TAXUS ha sido crucial para la contratación de personas en riesgo de exclusión social, generando un impacto muy importante a nivel de comarca.

ZEC Muntanyes de Prades

Es la primera vez que el PNIN Poblet participa en un proyecto LIFE. La participación del PNIN en proyectos de conservación en general corresponde aproximadamente al 10% de su presupuesto. Estos proyectos son para prevención de incendios, actividades silvícolas (para el mejoramiento de bosques), eliminación de especies invasoras y el mejoramiento de árboles de ribera. El PNIN ha valorado muy positivamente su implicación en el proyecto. Los motivos principales son la posibilidad de dar mejor atención a las tejedas, conseguir prestigio y buena imagen, dar trabajo a los trabajadores forestales y activar el sector turístico, especialmente los días de las Jornadas Internacionales del Tejo.

Las empresas Jan i Malet y Llorenç Torroella han realizado la mayor parte de los trabajos de conservación. Manifestaron conocer el programa LIFE, aunque esta ha sido la primera vez donde ha sido participante. Se ha establecido una fuerte implicación de estas empresas en el proyecto, acompañada de complicidad con el equipo del TAXUS, de forma que a partir de esta experiencia participan en otros trabajos de conservación.

ZEC Tivissa-Vandellós-Llaberia

El CSLL conocía la existencia de proyectos Life y los espacios Natura 2000. Este ha sido el primer proyecto Life donde ha trabajado el Consorci. Junto con la empresa de inserción sociolaboral Serra de Llaberia han realizado estudios de planificación y trabajos sobre el terreno, principalmente para la prevención de incendios forestales, mejora de hábitats, conservación de fuentes naturales, fomento de la ganadería extensiva con la cabra blanca autóctona, conservación de espacios fluviales, conservación de tejedas, conservación de la tortuga mediterránea y del cangrejo de río ibérico. También está colaborando activamente en el LIFE Pinassa.

La empresa Aprofitaments Forestals Colldejou S. L. no conocía o había trabajado en proyectos Life. En particular, fue necesaria una formación previa y concienciación del tipo de trabajo a realizar, ya que esta empresa trabaja habitualmente en aprovechamientos forestales.

ZEC Serres de Cardó-El Boix

El Municipio de Rasquera fue el que presentó un grado de conocimiento más alto sobre las tejedas, especialmente entre la población. Su relación con este tipo de hábitat es más estrecha y consciente frente a las otras zonas de implementación del proyecto. En proporción, muchos conocían de su aspecto, de su toxicidad y de su situación de conservación.

El representante del Consorci COPATE manifestó que conocía los proyectos LIFE, aunque este ha sido el primero en el que han participado. La empresa Monroyo Industrial S. L. y

Joaquim García no habían participado anteriormente en proyectos Life, y su actividad profesional se centra principalmente en aprovechamientos forestales.

La valoración de su experiencia es muy positiva por la generación de trabajo y embellecimiento de las tejedas, por la potenciación de este tipo de espacios y de la naturaleza en general por parte de los habitantes, espacio que ya previamente era muy querido por la gente de la zona y fuertemente amenazado por los incendios.

ZEC Ribera Salada

La empresa Gewoca Solutions S. L. conocía los proyectos Life pero no había participado en ninguno. Habitualmente trabaja en aprovechamientos forestales.

ZEC Montserrat-Roques Blanques

La empresa Tot Bosc S. L. conocía los proyectos Life pero no había participado en ninguno. Trabaja en todo tipo de trabajos forestales, incluidos los de conservación.

Formación de estudiantes

El Life TAXUS ha contribuido a la formación de 38 estudiantes de escuelas profesionales de capacitación agraria y universidades (grados de biología y ciencias ambientales de la UVic, ingeniería forestal de la UdL y máster en conservación de la biodiversidad de la UAB). 33 de estos estudiantes realizaron un mínimo de 150 horas de prácticas cada uno. 5 estudiantes realizaron el trabajo final de grado (TFG) con el trabajo de campo y los datos del Life TAXUS. Su labor fue importante en el apoyo de las acciones de inventario y seguimiento ecológico (tabla 3).

Tabla 3. Estudiantes en prácticas (33) o que han realizado su trabajo final de grado (TFG) en el Life TAXUS.

Zona	Estudiantes	Horas
Alta Garrotxa	14	2100
Muntanyes de Prades	3	450
Serra de Llaberia	14	2100
Serra de Cardó	7	1050
Total	38	5700

2. Revitalización de la economía local basada en el sector turismo

Se contactaron operadores turísticos de la comarca de la Garrotxa (16 operadores contactados), zona de influencia del PNIN Poblet (13), municipios de la ZEC Tivissa-Vandellós-Llaberia (11) y municipio de Rasquera y zona de influencia de la Serra de Cardó-El Boix (11).

Primera evaluación

Algunos operadores turísticos conocían la especie o el hábitat por haberlos estudiado durante su formación. Muchos de ellos no conocían el proyecto Life TAXUS, a excepción de algunos pocos que habían visto la exposición, alguna publicación de prensa, folletos, etc. Por otro lado, el grado de desconocimiento de los turistas sobre el proyecto Life TAXUS y las tejedas se constató como total durante la primera mitad del proyecto. Estos no tenían ninguna influencia sobre la voluntad de los turistas en visitar la zona ni de ello se desprendían gastos asociados. Sin embargo, las visitas guiadas a tejedas con grupos de población local han servido de buena base para despertar interés turístico.

Las empresas turísticas de Garrotxa y Poblet afirmaron que los turistas no conocían el proyecto Life TAXUS, ni pedían información sobre el tejo o las tejedas. Esta situación puede considerarse normal, ya que reciben visitas de toda Cataluña y de otros países. Inicialmente éstos no tenían ninguna influencia sobre la voluntad de los turistas de visitar la zona, ni por ende, de los gastos asociados a sus visitas. En el caso de la Garrotxa, los turistas visitan la zona volcánica y La Fageda d'en Jordà y en el caso Muntanyes de Prades, el Monasterio de Poblet.

Sin embargo, a partir del folleto del Life TAXUS editados en diferentes idiomas, opinaban que podían dar a conocer el proyecto sería a través de los folletos por el proyecto o incluyendo las tejedas dentro de las revistas que muestren los sitios de la zona que se pueden visitar.

Por último, los operadores turísticos consideraron que los proyectos de conservación como el Life TAXUS, son claves para la protección, reconocimiento y buena valoración de los bosques por parte de los habitantes de la zona y sus visitantes, lo cual puede generar un mayor interés turístico, y de paso, ayudar a restaurantes, hoteles y otros sitios turísticos a aumentar su actividad. Siguiendo las recomendaciones de los turistas, se repartieron folletos informativos (expresamente adaptados para la zona) en puntos estratégicos.

Por último, los turistas encontraron muy positiva la intención del proyecto Life TAXUS para la protección, reconocimiento y buena valoración de los bosques y consideran que sus acciones han servido y servirán para generar un mayor interés y rendimiento turístico, con el desarrollo consecuente de los negocios aledaños (restaurantes, hoteles, etc.)

Segunda evaluación

El segundo informe de evaluación ha permitido sacar las siguientes conclusiones:

El Life TAXUS ha contribuido significativamente a la revalorización de las tejedas reintroduciéndolas como un punto de interés turístico posible en todas las cuatro zonas del proyecto. Entre el 30 y el 70%, según la zona y tipo de agente (directo, indirecto,

promoción o estratégico) de los entrevistados conocían el proyecto antes de la segunda evaluación. Al resto se les informó a partir de esta segunda evaluación.

Por regla general, no se considera que las tejedas sean un recurso turístico por sí solo para el público en general (a pesar que sí lo es para un público especializado con intereses científicos). Los valores culturales ligados al tejo son más valorados (64%) que los ecológicos (46%) para captar la atención de los visitantes. Solo dos empresas de guías utilizaban las tejedas como recurso.

Ofrecer y realizar actividades en las tejedas, así como disponer de material suficiente de información, en especial vía internet, se percibe como los dos factores más determinantes para contribuir al posicionamiento de las tejedas como elemento turístico.

La accesibilidad se percibe como el tercer factor influyente, a sabiendas de las localizaciones a veces remotas de las tejedas o en propiedad privada. Por el contrario, la extensión de las tejedas es el factor que menos importancia le otorga, debido la singularidad de las mismas. La presencia de restaurantes y/o alojamientos cercanos no se considera que tenga una relación destacada en la potencialidad de considerar las tejedas como recurso turístico.

Casi la mitad de los encuestados, el 45,5% opinan que el proyecto tendrá un impacto positivo en su actividad, captando a un nombre mayor de público debido a la información y divulgación que esperan que se haga del mismo, sobretodo en la Serra de Cardó.

Los operadores coinciden en la importancia de dinamizar estos espacios conjuntamente con guías y expertos en educación ambiental para realizar itinerarios, talleres con las escuelas, con adultos, etc. Estas actividades se adhieren perfectamente a las otras actividades turísticas de la zona y, en conjugación, aportan un valor añadido a la oferta recreativa de estos municipios.

Se considera de vital importancia la correcta señalización de itinerarios (a parte de los paneles informativos ya implantados del Life TAXUS, que o tenían como objetivo la promoción o el guía turística), así como la adaptación del acceso a estos. Solo de este modo se despierta un interés palpable por parte de los visitantes no expertos.

A parte de estas conclusiones, desde el equipo de coordinación del Life TAXUS apuntamos las siguientes consideraciones:

- a) Life TAXUS ha contribuido a la mejora significativa de la oferta turística a través de las encuestas de esta evaluación socioeconómica, la instalación de paneles informativos, la edición y distribución de folletos divulgativos, la exposición itinerante, las actividades de educación ambiental, los talleres y charlas a la población, la aparición y comunicaciones en medios de divulgación, así como la adaptación del acceso a la tejeda de Cosp.
- b) Es importante tener en cuenta que la incidencia nada desdeñable del Life TAXUS en los medios de comunicación (con 59 noticias) no es un medio eficiente para la promoción turística. La aparición en la prensa regional o nacional y los 4 reportajes en TV3, de gran audiencia por toda Cataluña, pueden comportar un interés por visitar las tejedas en los días siguientes a la publicación o emisión de los reportajes. Pero al no tratarse de productos continuados ni específicos (por ejemplo, campaña publicitaria expresa) apenas tienen incidencia en la promoción turística a medio plazo.
- c) Sin embargo, la promoción de las tejedas como sitios turísticos no era un objetivo en si del proyecto, sino que se valoraba como efecto colateral de las acciones de divulgación. Estas tenían como objetivo informar a la población para que valorase positivamente la conservación de su patrimonio natural y estuviera informada del proyecto.
- d) La promoción turística de las tejedas ha de tomarse con mucha cautela, ya que la alta frecuentación de turistas podría tener un impacto negativo en la calidad de la visita y la conservación del hábitat. Por esta razón los folletos editados por Life TAXUS no incluyen itinerarios detallados de las tejedas, excepto en el caso de Cosp, donde existe un sendero acondicionado y una voluntad expresa del ayuntamiento de Rasquera para promocionar las visitas como recurso de desarrollo local. Si el turista se interesa a propósito por ellas es el gestor/propietario del espacio (propietario privado, PNIN Poblet, Consorcio, ayuntamiento) o empresario turístico quien le ofrece indicaciones particulares de cómo llegar.
- e) La Jornada de clausura del Life TAXUS *El patrimonio natural como herramienta de desarrollo local. Las tejedas de Cataluña* (octubre de 2016), sirvió básicamente para constatar la inquietud local y analizar experiencias para mejorar las oportunidades y las herramientas comunicativas que permitan sacar adelante proyectos de desarrollo local asociados al patrimonio natural.
- f) En los medios de montaña de las tierras interiores (sierras de Llaberia, Tivissa, Vandellós, Cardó) hay pocos emprendedores en el sector turístico que sepan transformar una voluntad o idea en realidad. Solo dos empresas de guías incluyen la tejeda de Cosp en su oferta. El turismo en estas zonas de concentra en la costa y a penas penetra en el interior montañoso, a pesar de su atractivo. En las zonas septentrionales (Muntanyes de Prades, comarca de la Garrotxa) el turismo no es de playa pero está muy focalizado en una oferta natural y cultural

ya consolidada. Las tejedas no aportan un plus que sea valorado como de interés destacado.

- g) La tejeda de Cosp (Serra de Cardó) es la joya de la corona para el municipio de Raquera, propietario del monte. Es una buena oportunidad para el desarrollo de un municipio en riesgo de abandono por falta de empleo. Pero por las razones del punto anterior, se ha desarrollado poco una oferta turística explícita. La tejeda está encavada en una sierra de gran atractivo con un sendero condicionado por el Life TAXUS en la periferia de la tejeda. Las visitas podrían llevarse a cabo en pequeños grupos, pero debería calcularse su carga para no producir impacto ambiental (en especial procesos erosivos y riesgo de incendio). Las visitas a la tejeda han aumentado con el Life TAXUS, quizás en un 20-30% entre 2014 y 2016, como cifra intuitiva. Pero no se ha desarrollado ninguna oferta turística específica aparte de la existente, más allá de la información (mediante folletos) que ofrecen los establecimientos de turismo rural, el ayuntamiento y las pastelerías del pueblo, donde los turistas ocasionales acuden a comprar los famosos “pastissets” de Rasquera.
- h) Los gestores locales, CSLL; PNIN Poblet y CAG solo organizan o recomiendan visitas guiadas (público escolar, familiar o científico). En Llaberia y el Alta Garrotxa les tejedas están en fincas privadas. Los propietarios permiten las visitas en grupo mientras se limiten a los senderos y caminos.
- i) En dos casos particulares, el propietario de la tejeda del Orri y el de la tejeda de la Obaga del Vilar (Ribera Salada) coincidieron en su interés en aprovechar sus propios establecimientos de turismo rural, cercanos a las tejedas, como parte de su oferta a los clientes, un turismo familiar, siempre de forma respetuosa con el entorno natural. Este turismo “de proximidad” sería el más interesante a potenciar, ya que es el mismo propietario que le interesa que el visitante respete su finca.
- j) No se ha observado un impacto de la frecuentación humana sobre las tejedas. Según los informes de impacto socioeconómico no se espera una afluencia masiva a las tejedas y desde los agentes de planificación y visión estratégica solo se pretende estimular las visitas guiadas adaptadas a la capacidad de carga del lugar y con el beneplácito de la propiedad.

3. Sensibilización de la población local y visitante

La evaluación del impacto del proyecto sobre la sensibilización local se basa en los dos informes de entrevistas de evaluación del impacto socioeconómico. Los resultados de las primeras entrevistas denotaron un desconocimiento alto sobre el tejo y más aún sobre la existencia de tejedas en la zona. Muchos de ellos no conocían el proyecto Life



TAXUS, a excepción de algunos pocos que habían visto la exposición, alguna publicación de prensa, folletos, etc.

Los habitantes del municipio de Rasquera tenían un alto grado de conocimiento sobre los tejos, dónde están ubicadas las tejedas y además se preocupan activamente por su conservación. Consideran que es un espacio de interés turístico y de gran belleza, condición que atrae, a diferencia de los otros municipios, a grupos de turistas exclusivamente para ir a visitar la tejeda de Cosp. Esto ha demostrado que una concienciación clara sobre las tejedas por parte de los habitantes locales y operadores turísticos es clave para el desarrollo de actividades turísticas relacionadas con las tejedas y, por ende, de la preservación de los bosques en general. Muchos de los entrevistados manifestaron conocer sobre el proyecto Life TAXUS, ya que se mostró la exposición itinerante en la localidad en cuestión.

La Garrotxa, Llaberia y Poblet mostraron muy poco conocimiento e interés sobre el tejo y las tejedas. La gran mayoría no conocía la especie, aunque hacen uso recreativo de los bosques aledaños, no sabían reconocer el tejo, ni sabían que existían las tejedas. Tampoco conocían los proyectos europeos Life ni la red Natura 2000, y sólo a 2 de cada 5 personas le interesaría recibir más información sobre éstos.

A partir de la primera evaluación, la aparición de información sobre el proyecto en distintos medios (medios de comunicación, jornadas, educación ambiental formal y no formal, reparto de folletos, exposición itinerante) ha potenciado el conocimiento de la población local y turistas sobre las tejedas y su importancia en las cuatro zonas principales de actuación (Alta Garrotxa, PNIN Poblet, Serra de Llaberia y Serra de Cardó). Como muestra de la valoración de los visitantes sobre la realización de proyectos de ambientales de conservación, todos los servicios indirectos entrevistas, excepto uno, opinaron que los visitantes valoran positivamente que se lleven a cabo proyectos de conservación en el territorio que visitan, cuando tienen conocimiento de ellos. La excepción hace referencia a un restaurante donde sus clientes son personas locales y considera que no lo valoran. Esta valoración es independiente del conocimiento previo de la existencia del Life TAXUS.

El proyecto ha realizado actividades educativas con 24 centros de educación formal de las distintas zonas de actuación, que han implicado a 1078 alumnos y se ha puesto a su disposición los dossiers didácticos. Estas actividades van a proseguir post-Life. La escuela de la naturaleza El Refugi ha integrado el Life TAXUS como parte de su oferta educativa. En conclusión, se considera que el proyecto ha contribuido a la mejora del conocimiento y sensibilización de la población escolar. Los profesores han valorado las actividades como correctas, dinámicas y adecuadas al nivel educativo. Algunos profesores



comentan la necesidad e importancia de este tipo de actividades (ver valoraciones en los informes E7 de Alta Garrotxa y Rasquera).

En conclusión, el Life TAXUS ha contribuido significativamente en la divulgación del interés de conservación de las tejedas y del medio natural en general entre la población adulta y escolar. La existencia de las tejedas como hábitat era poco o nada conocida por la mayor parte de los visitantes i buena parte de la población local – a excepción de los habitantes de Rasquera- antes del inicio del proyecto. A parte de la población escolar, el proyecto ha incidido significativamente en por lo menos las 17.000 personas que han visitado la exposición, incrementándose su impacto por otros medios, hasta unas 600.000 personas contando la emisión de los reportajes en TV3, según el índice medio de audiencia de sus informativos. Probablemente no ha impactado significativamente sobre un cambio de opinión previa de la gente, favorable o desfavorable ante la aceptación de proyectos de conservación, pero si en la puesta en valor de las tejedas dentro del conjunto del patrimonio natural, en especial los operadores turísticos, directos o indirectos, algunos propietarios de las tejedas que desconocían su interés especial, periodistas y centros educativos.

