



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA  
FACULTAD  
DE TURISMO

**GRADUADO EN TURISMO  
TRABAJO FIN DE GRADO**

***ANÁLISIS WEB DE LOS PARQUES NATURALES: IMAGEN  
Y APROVECHAMIENTO TURÍSTICO***

Realizado por:

***MIRIAM BLANCO BELTRÁN***

Fdo.:

***Dirigido por:***

***(ANA M<sup>a</sup> LUQUE GIL)***

Vº Bueno del tutor

Fdo.:

**MÁLAGA, (NOVIEMBRE 2014)**



**TÍTULO:** ANÁLISIS WEB DE LOS PARQUES NATURALES DE ANDALUCÍA: IMAGEN Y APROVECHAMIENTO TURÍSTICO.

**PALABRAS CLAVE:** *turismo, análisis web, parques naturales, figura de protección ambiental, página web, Andalucía, turismo activo, actividad, naturaleza, aprovechamiento turístico, variable, municipio, uso público, Internet, espacio natural, contenido, información, estructura web, redes sociales, enlace.*

**RESUMEN:** *El turismo es una fuente importante de ingresos en Andalucía gracias a la cantidad y sobre todo variedad de los recursos que presenta. Uno de estos recursos son los Parques Naturales de Andalucía, cuyo aprovechamiento turístico se ha ido afianzando poco a poco. Internet y las Webs 2.0 han tenido un gran impacto en el sector turístico ya que las páginas webs permiten no sólo dar promoción a un destino en un canal que es muy efectivo, sino que también dotan de información a todos los futuros turistas. Por lo tanto, metiéndonos en nuestro terreno, la cuestión es, ¿hasta qué punto ha influido el desarrollo de las páginas webs en el turismo de los Parques Naturales de Andalucía? Sea notoria la influencia o no, es necesario hacer un análisis de los dos temas a tratar, para ver si el aprovechamiento turístico se está llevando a cabo de manera eficaz.*

## ÍNDICE

<b>Capítulo 1</b>	Introducción.....	1
1.1.	Introducción. justificación .....	1
<b>Capítulo 2</b>	Estado de la cuestión .....	2
2.1.	Parques Naturales: Concepto legal y Uso público .....	2
2.2.	Análisis Web del Turismo .....	8
<b>Capítulo 3</b>	Explotación de la Información .....	10
3.1.	Grado y Tipo de desarrollo turístico de los Parques Naturales andaluces.....	10
3.2.	Análisis Web de las páginas web oficiales vinculadas a la explotación de los Parques Naturales de Andalucía.....	31
<b>Capítulo 4</b>	Conclusiones.....	47
<b>Capítulo 5</b>	Bibliografía y Webgrafía .....	50

## CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

### 1.1. INTRODUCCIÓN. JUSTIFICACIÓN

El **turismo** es un sector muy influenciado por las nuevas tecnologías e Internet. El auge de éstas ha propiciado muchos cambios en los comportamientos de los turistas, que ahora pueden acceder a todo tipo de contenidos. Estos cambios se han dado sobre todo en la demanda, ya que los nuevos turistas prefieren destinos que se salen de los habituales y que permiten la práctica de actividades distintas. Por lo tanto, el turismo tradicional de masas pasa a un segundo plano y se abren paso nuevos destinos que aún no están consolidados como tal.

En esta memoria, vamos a hablar de los **Parques Naturales de Andalucía**, su explotación turística y el **análisis de sus páginas webs**. En parte gracias a ese cambio de comportamiento, los visitantes cada vez están haciendo que la naturaleza sea considerada como uno de los reclamos principales a la hora de elegir un destino. En este caso, en Andalucía la figura de “parque natural” tiene mucha importancia debido tanto a la cantidad (contamos con 24 distintos), como a la calidad, ya que todos ellos tienen algo que les hace ser único y diferenciarse de los demás.

Por lo tanto, la **justificación** de esta memoria se basa en juntar ambos conceptos de turismo y análisis web para comprobar si los parques más explotados turísticamente son los que cuentan con un mejor desarrollo en la web, de manera que den una imagen del parque que llegue a los futuros visitantes y sepa venderles un producto turístico personalizado.

Además, el análisis de ambos conceptos nos servirá para ver dónde están las estrangulaciones, es decir, los posibles problemas que se puedan dar y que impidan que el turismo no tenga un impacto notable en un parque natural, por lo que analizaremos si ese problema es cosa del parque en sí y sus infraestructuras, o es porque las páginas web asociadas al mismo no tienen esa capacidad de provocar un interés en el visitante.

Esta memoria tiene una estructura muy clara y definida: **En el próximo capítulo**, dentro del estado de la cuestión, dedicaremos una sección a hablar de la primera vertiente que se va a analizar: Los Parques Naturales de Andalucía, aunque en principio lo haremos como concepto teórico, hablando de ellos como figuras legales de protección ambiental y todo lo que de algún modo u otro tiene que ver con esto. Además, mencionaremos también la función turística de los parques naturales desde su origen, es decir, todo lo referente al uso público que tienen los parques y a su incidencia turística.

Por su parte, **una segunda sección dentro del capítulo 2**, irá dedicada a todo lo que tiene que ver con la influencia de Internet y las páginas webs en el turismo. Además analizaremos el concepto de “Análisis Web”, los distintos métodos de evaluación y hablaremos de la importancia del posicionamiento en la red.

Una vez que la teoría queda explicada, **en el tercer capítulo**, nos meteremos de lleno en el análisis turístico individual de los parques naturales en sí, partiendo de una metodología basada en el estudio de variables estimadas de los municipios pertenecientes a cada uno de los parques, así como de las propias dotaciones de uso público con las que cuentan. Por otro lado, en una segunda parte dentro de este mismo punto, analizaremos las páginas webs oficiales de los parques naturales, tanto las que son a nivel autonómico, como las que son a nivel provincial y comarcal. Este análisis también se basa en una serie de variables que tienen que ver con el contenido de las webs, para determinar si las páginas son competentes o no.

**Para finalizar**, terminaremos uniendo ambos conceptos y llegando a ciertas conclusiones que serán la parte más importante de la memoria ya que nos permitirá alcanzar el objetivo principal de la misma: Estudiar el desarrollo turístico de los Parques Naturales de Andalucía ligado a su desarrollo en la web, para comprobar si realmente las páginas webs son un instrumento tan importante en el turismo que pueden llegar a influir tanto en el comportamiento del turista que se llegue a un punto en el que gracias a esto, un destino turístico que está en la fase de explotación, se convierta en uno consolidado.

## **CAPÍTULO 2 ESTADO DE LA CUESTIÓN**

### **2.1. PARQUES NATURALES: CONCEPTO LEGAL Y USO PÚBLICO**

En primer lugar, para situarnos un poco y sobre todo para hablar de un modo más teórico antes de que nos adentremos en un análisis más específico de los Parques Naturales de Andalucía, en este punto del capítulo explicaremos dos vertientes clave:

Este primer punto está dividido en dos partes: En un primer momento analizaremos el concepto de espacio natural protegido, como mera introducción de lo que veremos a continuación, que serían las figuras de protección dentro de los mencionados ya espacios naturales, entre las cuales se encuentran los Parques Naturales. En segundo lugar, hablaremos un poco de la importancia que tiene la figura de “parque” en Andalucía, sus planes de ordenación y por último procederemos a hablar del turismo en los parques naturales y la función social de los mismos.

### 2.1.1. Parque Natural como figura de protección ambiental

Según Viñals Blasco, “los **espacios naturales** son aquellos que no se han visto afectados por la intervención humana”. Sin embargo, al ser estos espacios escasos en el continente europeo y, al haberse ido convirtiendo (en la mayor parte de los casos) en espacios rurales y/o urbanos, el concepto de espacio natural protegido, hace simplemente referencia a la “existencia de un estatuto legal de protección en un espacio natural y/o rural en base a sus merecimientos ecológicos, ambientales, paisajísticos, culturales, etc.” (Viñals Blasco, M.J., 1999, 20).

Esta idea de conceder una protección especial a los espacios que poseían una cierta “calidad ambiental y ecológica” y en los que la intervención humana no había hecho mella ni en su desarrollo ni en su funcionamiento, nace en Estados Unidos a mediados del siglo XIX, siendo dos parques norteamericanos los primeros en ser protegidos legalmente a escala mundial. Esta “revolucionaria” idea, poco tardó en expandirse mundialmente, y cada vez fueron más los países que a lo largo del siglo XX empezaron a declarar a sus parques como Parques Protegidos. Aunque no ha sido hasta hace tres décadas cuando se ha dado despertado una mayor consciencia por la conservación de estos espacios: El número de espacios declarados ha sido mucho más mayor y constante en estos años que cuando se empezó a desarrollar dicha idea en un principio.

Una vez que sabemos lo que es un Espacio Natural Protegido (a partir de ahora ENP), procedamos ahora a hacer una **clasificación** de los mismos:

“Las figuras legales de protección de espacios naturales emanan de diversos órganos e instituciones. A nivel internacional destaca la UNESCO, depositaria del Convenio sobre Humedales de Importancia Internacional en Función de las Aves Acuáticas (Convenio Ramsar de 1971), y patrocinadora del Programa MaB (Man and Biosphere) que designa algunos lugares como “Reservas de la Biosfera”. Además, esta institución ha hecho extensiva su calificación de “Patrimonio de la Humanidad” a ciertos entornos naturales de singular interés” (BENGOCHEA, A. y otros, 2006, 41).

Aparte de la UNESCO, existen otras figuras de protección que emanan de órganos a nivel nacional, aunque no vamos a entrar en su clasificación porque se quedarían fuera de lo que es el objeto de estudio de esta memoria.

Más importante en este caso, es la clasificación que hacen las Comunidades Autónomas, ya que según Bengoechea Morancho, “las Comunidades Autónomas tienen también potestad para declarar protegido un espacio natural. Dependientes de este esfera administrativa existen más de veinte figuras de protección: Parques (naturales, rurales, regionales), Reservas (naturales, biológicas, integrales, marinas, etc.), Sitio de Interés Científico, Monumento Natural, Enclave Natural, etc.” (BENGOCHEA, A. y otros, 2006, 43).

Nuestra comunidad, categoriza **7 figuras de protección diferentes**: *Reserva Natural Concertada, Reserva Natural, Parque Periurbano, Parque Natural, Parque Nacional, Paraje Natural y Monumento Natural.*

Según la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, es la Red de Espacios Naturales de Andalucía, a partir de ahora RENPA, el órgano que *“se configura como un sistema integrado y unitario de todos los espacios naturales de todos los espacios naturales ubicados en el territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía que gocen de un régimen especial de protección en virtud de normativa autonómica, estatal y comunitaria, o convenios y normativas internacionales, y puede incardinarse, total o parcialmente, en otras redes similares de ámbito territorial superior, ya sean nacionales o internacionales”.*

### 2.1.2. *Uso público y aprovechamiento turístico de los Parques Naturales*

Puesto que **más del 90% de la superficie protegida en Andalucía lo hace bajo la figura de Parque Natural**, procederemos a hablar de la importancia de los parques naturales en Andalucía y haremos también una breve introducción acerca de sus planes de gestión. Un poco más adelante, mencionaremos cómo poco a poco los parques naturales se han convertido en espacios de uso público, dotados de equipamientos destinados al disfrute y a la práctica de actividades por parte de los visitantes. Y ya para finalizar y relacionar todo lo anterior, hablaremos del aprovechamiento y explotación turística de los mismos.

El concepto de **“parque natural”** según la definición que nos da dicha Ley 42/2007, *“son áreas naturales, poco transformadas por la explotación u ocupación humana que, en razón de la belleza de sus paisajes, la representatividad de sus ecosistemas o la singularidad de su flora, de su fauna o de sus formaciones geomorfológicas, poseen unos valores ecológicos, estéticos, educativos y científicos cuya conservación merece una atención preferente”.*

Esta ley *“viene a derogar y sustituir a la Ley 4/1989, de 27 de marzo, de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres que, a su vez, en parte procedía de la Ley de 2 de mayo de 1975, de Espacios Naturales Protegidos, y a las sucesivas modificaciones de aquélla”* (Texto Consolidado de la Ley 42/2007): La aprobada en 1989, fue la primera ley que incluyó en su texto la aparición de instrumentos de planificación de recursos naturales. Así, se crearon en primer lugar el **Plan de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN) y Plan Rector de Uso y Gestión (PRUG)**.

Los Planes de Ordenación de los Recursos Naturales, *“son el instrumento específico para la delimitación, tipificación, integración en la red y determinación de su relación con el resto del territorio, de los sistemas que integran el patrimonio y los recursos naturales de un determinado ámbito espacial, con independencia de otros instrumentos que pueda establecer la legislación autonómica”* (Ley 42/2007).



A partir de este Plan, existen tres más destinados en parte a poner en práctica lo que los PORN definen. Uno de ellos es el Plan Rector de Uso y Gestión (PRUG): Herramienta que sirve para desarrollar y aplicar el PORN. Además de este, es el Plan de Desarrollo Sostenible (PDS), el que se encarga de que los parques naturales, que son un motor económico importante, sean compatibles con el concepto de calidad ambiental, es decir, que se mantenga la conservación del parque a la vez que se explota turísticamente.

Dejando un lado los planes de ordenación, nos adentramos en la parte principal de este punto: La **explotación turística** que tienen o que pueden llegar a tener los Parques Naturales.

Desde los años 80 en adelante, se ha ido produciendo en España un auge en cuanto al turismo natural, ambiental, verde, ecológico... y sus otras muchas formas de llamarse. A partir de estos años cambió un poco la mentalidad por la naturaleza, y se fue despertando un interés contemplativo de la misma. Aunque al principio, la gente no se involucraba directamente en la práctica de actividades en la naturaleza. Sólo se dedicaban a contemplarla y a estudiarla. No fue hasta más tarde, cuando empezaron a construirse los primeros equipamientos de uso público en los Espacios Naturales Protegidos, que estuvieron en un primer momento, ligados a lo que son los Centros de Visitantes. A raíz de ahí, se empezó a hablar de “**uso público**” como un instrumento más a la hora de gestionar un espacio natural. Aunque poco a poco y con la influencia que estos espacios empezaron a tener, el concepto de uso público fue cambiado un poco, ya que empezó a englobar más un poco ese concepto.

Actualmente, según Molina y Pardo de Donlebún (en PULIDO FERNÁNDEZ, J.I., 2005, 269) se entiende por uso público el *“conjunto de actividades y prácticas, relacionadas con el recreo, la cultura y la educación que son apoyadas por un conjunto de programas, servicios e instalaciones que, independientemente de quien los gestione, debe garantizar la administración del espacio protegido con la finalidad de acercar a los visitantes a sus valores naturales y culturales, de una forma ordenada, segura y que garantice la conservación y la difusión de tales valores por medio de la información, la educación y la interpretación ambiental”*

Viendo el concepto de “uso público”, se puede llegar a pensar que tiene mucho que ver con el concepto de “**turismo**”. El caso es que ambos tienen mucha relación, pero se diferencian principalmente en el tipo de público al que van dirigidos: El uso público por su parte, está destinado a todos los tipos de visitantes de un espacio natural protegido. Puede que haya turistas, pero también habrá otros tipos de visitantes que no lo sean. Es por eso, por lo que el concepto de uso público abarca más que el de turismo.

Sin embargo, “el considerable aumento de la demanda ciudadana por disfrutar de los espacios naturales protegidos y la necesidad de respuesta por parte de los gestores de estos espacios, ha llevado en los últimos años a incorporar al concepto tradicional de uso público –centrado en la interpretación

y educación ambiental- prácticas, actividades y servicios que tienen más que ver con la recreación de los visitantes y las actividades turísticas que con las funciones consideradas tradicionales. De esta manera, la respuesta a las necesidades derivadas de la creciente importancia del turismo en estos espacios se ha convertido en uno de los principales objetivos, a la vez que reto, en la gestión del uso público” (PULIDO FERNÁNDEZ, J.I., 2005, 270). Ese aumento de la demanda y el interés que ha despertado el medio ambiente en la sociedad, se debe en parte a que con el avance de los tiempos, en los que cada vez existe una **globalización** mayor y donde las nuevas tecnologías están provocando que los turistas cada vez estén mejor informados y por lo tanto sean más exigentes y busquen nuevas experiencias, el turismo tradicional está siendo sustituido por unas nuevas tipologías cada vez más demandadas, tipologías que a su vez se entienden como “alternativas” a lo clásico y tradicional, como está pasando con este tipo de turismo.

En Andalucía sobre todo, la **función social de los parques naturales** es muy importante: Es la comunidad autónoma que cuenta con más espacios naturales protegidos, y la gran mayoría lo hace bajo la figura de Parque Natural. Esta figura es la más extendida porque comparada con otras figuras de protección, es más permisiva y hace que se pueda albergar en ellos un desarrollo económico dentro de que es una figura con una gran calidad ambiental y que necesita tener una conservación que no genere impactos negativos. Algunos autores como Mulero Mendigorri, afirman esto y dan razones para darle a los parques naturales un desarrollo social. (Mulero Mendigorri, A., 1999-261):

- Desde el gobierno andaluz se concibe al Parque Natural como un instrumento para hacer compatible la finalidad protectora tradicional de este tipo de figuras como un cierto “desarrollo sostenido”, que revierta en las áreas rurales protegidas -mayoritariamente de montaña y marginales-; igualmente esta figura debe facilitar el contacto de la sociedad con la naturaleza a través del fomento de actividades recreativas y educativas de diversa índole.
- Porque se diseñó como la categoría protectora más permisiva de las contempladas en la legislación.

Por eso, la función social de los parques (que viene a consolidarse como “**explotación turística**”), es muy importante en estas figuras, ya que se consolidan como los espacios donde los visitantes más se involucran por medio de la realización de actividades recreativas, de ocio y sobre todo educativas.

Según Gómez-Limón García J. y otros (2000) uno de los usos básicos dentro de los espacios naturales protegidos y sobre todo de los Parques Naturales, es facilitar y promover la visita del público al mismo así, los autores afirman que al menos 30 millones de personas visitan al año los parques españoles. A escala nacional, son las comunidades de Cataluña, Canarias, Andalucía las que poseen los parques que reciben un mayor número de visitas.

Así pues, desde los años 90, la Junta de Andalucía ha ido dotando a los Espacios Naturales Protegidos, (sobre todo los Parques Naturales), de **equipamientos** para dar un aprovechamiento turístico a dichos espacios.

En la actualidad, la Consejería de Medio Ambiente sigue promoviendo la dotación de instalaciones en los espacios protegidos tratando de cubrir un triple objetivo con tres tipos de equipamiento: **De acogida e información, Turísticos y socio-recreativos y Educativos y científicos.**

Se ha establecido una tipología de 17 equipamientos según las oportunidades que estos ofrecen al usuario, las funciones que cumplen y los servicios que prestan, estos son (Consejería de Medio Ambiente, 1999):

1. Albergue
2. Área Recreativa
3. Aula de la Naturaleza
4. Camping
5. Carril cicloturístico
6. Centro de documentación e investigación
7. Centro de visitantes
8. Ecomuseo
9. Jardín Botánico
10. Mirador
11. Observatorio
12. Oficina del Espacio Protegido
13. Parque de fauna silvestre
14. Punto de Información
15. Refugio
16. Sendero Señalizado
17. Zona de Acampada Libre Organizada

Con unas dotaciones de este tipo, es de esperar que surjan ciertas necesidades en los visitantes que sólo pueden ser satisfechas por empresas del ámbito turístico: Alojamiento, restauración, guía turístico, oferta complementaria... Esto conlleva a que la explotación económica de los parques sea cada vez más fuerte. Además, algunos de los municipios que se encuentran por término municipal dentro de los parques naturales han hecho de este tipo de turismo natural una fuente de ingresos bastante notable.

Por último, destacar que además de los Planes de Desarrollo Sostenible, también desde la **Carta Mundial del Turismo Sostenible**, se han puesto en marcha algunos planes y programas enfocados a sacar la mayor rentabilidad posible de un modo que no resulte tan impactante para los espacios naturales.

Texto anterior basado en (Luque Gil A. M.) y (Luque Gil A. M., 2007).

## 2.2. ANÁLISIS WEB DEL TURISMO

En este apartado, nos vamos a dedicar exclusivamente a hablar sobre el análisis web de los Parques Naturales de Andalucía. Para comenzar, vamos a hablar de la influencia que tiene hoy en día Internet en el comportamiento del turista, así enlazaremos este tema con el concepto de “análisis web” y los diferentes métodos que se dan. Veremos de pasada las técnicas existentes para que el posicionamiento en la red sea el más deseado y por último, hablaremos del comercio electrónico y el auge que está teniendo sobre todo en el turismo.

Con la aparición de la **Web 2.0**, se les da a los usuarios la opción de ser ellos mismos quienes creen los contenidos, que participen y que interactúen entre ellos como si fueran una “gran comunidad”. El turismo por su parte, es una actividad en la que básicamente se viven experiencias, por lo que si los turistas comparten dichas experiencias en la red, probablemente cambie el comportamiento de los turistas venideros, que al poder acceder a un amplio abanico de recursos, no sólo se volverán más exigentes sino que también despertarán un interés por conocer nuevos destinos de los que hasta ahora no tenían información. Esta explicación, es a grandes rasgos lo que ha pasado (y está pasando) al juntar conceptos como **Internet y Turismo**.

Los productos turísticos, son bienes y servicios no tangibles y no almacenables, es decir, que se consumen en el lugar que se produce y si no se consumen, desaparecen. O sea, que no hay opción de probarlos con anterioridad, por lo que el hecho de que nos interese por escoger un destino u otro o un hotel u otro por ejemplo, dependerá de:

- **Las Redes Sociales:** Fruto de la Web 2.0, son plataformas de Internet donde sus miembros interactúan e intercambian contenidos. (Wikipedia, La Enciclopedia Libre). Una red social se puede crear teniendo objetivos distintos: Buscar/ encontrar amigos, compartir nuestros gustos, fotos, vídeos, vivencias como los viajes, dar publicidad a tu producto, captar nuevos clientes... Además, las fronteras de las redes son tan amplias que puedes expandirte con facilidad en cualquier momento, no hay nadie que controle el sistema, ya que son los propios usuarios los que con sus aportaciones van construyendo su sitio. Es por eso, por lo que en el turismo el uso de las redes sociales tienen mucha importancia, como veremos adelante. En la influencia de las redes sociales, también entra la reputación que el producto turístico tenga en páginas webs como TripAdvisor o Booking, plataformas que aunque tienen más utilidades, se dedican a mostrar las experiencias de los usuarios

- **Páginas Webs:** Es la fuente más importante, porque al fin y al cabo, nos decidiremos por un sitio u otro en función de la confianza que nos de la página web, por el tipo de contenido que tenga, así como la veracidad del mismo.

Es por este motivo, por lo que toda página web necesitará un análisis de sus datos y del tráfico que tienen en la red, para ver de esta manera si la

página es efectiva, y sobre todo para determinar si se están cumpliendo los objetivos de marketing que la empresa planificó.

Según la definición que da la Web Analytics Association, el llamado **Análisis Web**, *“tiene por objeto la recopilación, medición, evaluación, presentación y explicación racional de los datos obtenidos del Internet, con el propósito de entender y optimizar el uso de un sitio web o de una iniciativa de marketing en Internet”*. (Dávila, 2009)

Así, dentro de lo que es el tema de la evaluación de una web, que es uno de los objetivos dentro de esta memoria, diremos que hay 5 técnicas de evaluación de páginas web. Todas son distintas, pero tienen el mismo objetivo: Comprobar la eficacia de una página web. (Caro Herrero)

- **Método de conteo:** características del sitio. Su presencia o no. (Método que utilizaremos para analizar nuestras páginas web oficiales)
- **Método de juicio del usuario:** percepción o satisfacción del usuario.
- **Métodos automatizados:** se usa un sistema de software.
- **Métodos computacionales:** basados en unas funciones de evaluación.
- **Métodos combinados:** uso de los métodos anteriores.

Aparte del contenido de las páginas web, es importante tener en cuenta su posicionamiento en los buscadores. **Posicionamiento**, es *“el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores”*.

Existen dos tipos de posicionamiento en un buscador, el posicionamiento SEO (Search Engine Optimization) y el SEM (Search Engine Marketing): (Pavan, 2012)

- **Posicionamiento SEO:** Hace referencia a la mejora de la visibilidad de la web en los resultados de búsqueda de buscadores como Google o Bing sin hacer ningún tipo de pago.
- **Posicionamiento SEM:** Todo lo contrario al anterior, es decir, es mejorar la posicionamiento de la web a través del pago de publicidad, o a través de compras de este tipo.

## CAPÍTULO 3 EXPLOTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

### 3.1. GRADO Y TIPO DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LOS PARQUES NATURALES ANDALUCES

#### 3.1.1. Introducción. Variables a estudiar

Una vez que hemos hablado de forma generalizada de la incidencia turística que tienen los parques naturales en Andalucía, es el momento de analizar individualmente su explotación turística. Como ya dijimos anteriormente, Andalucía cuenta con 24 espacios naturales declarados como Parques Naturales. Este análisis exhaustivo nos servirá para sacar los distintos “estrangulamientos” o problemas que indican que los parques no están siendo explotados turísticamente o que por el contrario la explotación no está siendo de la manera más eficiente.

<b>Cuadro 1. Parques Naturales de Andalucía y extensión</b>	
<b>PARQUE NATURAL</b>	<b>SUPERFICIE (Ha)</b>
P.N. Bahía de Cádiz	10.522
P.N. Cabo de Gata-Níjar	49.512
P.N. Del Estrecho	18.931 (9.247 marinas)
P.N. Despeñaperros	7.649
P.N. Doñana	53.835
P.N. La Breña y Marismas del Barbate	5.077 (1.152 marinas)
P.N. Los Alcornocales	167.767
P.N. Montes de Málaga	4.996
P.N. Sierra de Andújar	74.774
P.N. Sierra de Aracena y Picos de Aroche	186.827
P.N. Sierra de Baza	53.649
P.N. Sierra de Cardeña y Montoro	38.449
P.N. Sierra de Castril	12.696
P.N. Sierra de Grazalema	53.411
P.N. Sierra de Hornachuelos	60.032
P.N. Sierra de Huétor	12.128
P.N. Sierra de las Nieves	20.163
P.N. Sierra Mágina	19.961
P.N. Sierra María-Los Vélez	22.562
P.N. Sierra Nevada	172.238
P.N. Sierra Norte de Sevilla	177.484
P.N. Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas	209.920
P.N. Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama	40.663
P.N. Sierras Subbéticas	32.056

Fte. Elaboración propia



Figura 1. Mapa de localización de los 24 Parques Naturales de Andalucía.

Fte. ZONU (2010)

a) Variables analizadas

Para empezar, señalar que el análisis turístico que vamos a hacer de cada parque es una estimación a partir del estudio cuantitativo de una serie de dos tipos de variables: Aquellas referidas a los municipios pertenecientes por término municipal a cada uno de los parques naturales, y otras que tienen que ver con el tipo de parque y los equipamientos e infraestructuras con los que cuentan los mismos. Ambos tipos de variables han sido elegidas e incluidas en esta memoria debido a que su tipología dará lugar al resultado que estamos buscando tras analizarlas: Saber si los parques naturales son viables turísticamente, el grado de aprovechamiento turístico que presentan así como su tipo.

Cuadro 2. Variables estudiadas en el análisis de los Parques Naturales	
VARIABLES DE LOS MUNICIPIOS DE LOS PARQUES NATURALES	Población total (2013)
	Población extranjera de la UE residente (2013)
	% Población extranjera (UE) respecto a la total
	Nº viviendas totales (2011)
	Nº viviendas secundarias (2011)

	<b>% Viviendas secundarias respecto a la total</b>
	Plazas alojamientos turísticos reglados (2013)
	Hoteles 5 y 4 estrellas (2013)
	<b>% Plazas en hoteles de 4 y 5 * con respecto a las plazas regladas</b>
	Nº empresas turismo activo Registro Turismo Andalucía (RAT)
<b>VARIABLES DE LOS PARQUES NATURALES</b>	Tipo de parque (costa, interior - montaña)
	Nº total de equipamientos de ocio y uso público

Fte. Elaboración propia

## b) Resultados y medición de las variables

En cada parque natural se ha realizado el mismo análisis: En primer lugar se sacan los municipios pertenecientes a los parques naturales y extraemos de cada uno todos los datos de las variables de la primera serie, las que, como acabamos de anotar, son solamente de municipios. En segundo lugar, haremos lo mismo con las variables de la segunda serie, aunque esta vez son los parques naturales las figuras que se van a analizar.

Las variables que nos van a servir para llegar a conclusiones lógicas sobre el grado y tipo de desarrollo turístico en un municipio y parque natural, son las que se muestran en negrita en la tabla, aquellas variables relativas expresadas en porcentajes. Aparte de estas que se analizarán en una escala de puntuación, cuando hagamos el análisis de cada Parque Natural, tendremos el cuenta el resto de variables que son absolutas, sobre todo las que se refieren al *Nº de empresas de turismo activo Registro Turismo de Andalucía (RAT)* y las del *Nº total de equipamientos de ocio y uso público* ya que este tipo de variables hará que lleguemos a conclusiones de forma directa porque son variables muy explicativas y sobre todo de vital importancia en el tema que estamos tratando.

Así pues, la escala establecida para las variables relativas consiste en dotar a cada una de ellas de un valor de 1 al 4 en función del porcentaje obtenido con los datos de las variables. La escala quedaría así:

- Porcentaje entre 0 – 25%: 1
- Porcentaje entre 26 – 50%: 2
- Porcentaje entre 51 – 75%: 3
- Porcentaje entre 76 – 100%: 4

Esta puntuación es muy simple y básica, es cierto, pero realmente sólo buscamos hacer una estimación con estos datos que nos ayude a interpretar la incidencia que tiene el turismo en cada uno de los parques naturales, así como la tipología de turismo que se da, para determinar en cierto modo si este turismo desarrollado tiene algo que ver con los Parques Naturales o corresponde a otro tipo de turismo el cual no es objeto de trabajo de esta memoria.



Aún siendo sencilla, en esta escala podemos ver el grado de impacto turístico fijándonos simplemente en si los valores que hemos dado son altos o bajos. También, podemos interpretar el tipo de desarrollo turístico en función de en cuál variable el valor es más alto:

- Si es en las del *% de población extranjera de la Unión Europea respecto a la total* y conjuntamente en la del *% de viviendas secundarias respecto a la total*, significará que el turismo que se da en esa zona es **residencial**: Los municipios pertenecientes al parque natural, cuentan con una elevada población extranjera de la Unión Europea que se ha hecho residente, y que dispone de una vivienda, ya sea propia o de algún familiar o amigo, por lo que las segundas viviendas también serán elevadas.
- Si es en la del *% de plazas en hoteles de 4 y 5 estrellas con respecto a la oferta reglada*, es que el tipo de turismo es de **sol y playa**: Turismo estacional, climático, tradicional y de masas. Se trata de municipios que al tener un alto grado de plazas en hoteles de 4 y 5 estrellas, está enfocado a un turismo hotelero, donde prima el disfrute de la playa. Si observamos que en los municipios costeros el número de empresas de turismo activo en el RAT es alto, significará que además del turismo de sol y playa, el municipio también está destinado a todos aquellos visitantes que no sólo busquen en la costa un lugar para el descanso, sino que también lo hagan en busca de actividades deportivas acuáticas, como podría ser el buceo, el surf y todas sus modalidades, o también el kayak.

Por último, si vemos que los municipios están bastante dotados de equipamientos de uso público que hacen posible acercar a los visitantes a la naturaleza como los centros de visitantes, los ecomuseos, jardines botánicos o senderos señalizados, significará que la modalidad del **ecoturismo** y/o **turismo rural** es la tipología turística existente en un municipio o parque natural, cosa que se dará sobre todo en los parques naturales de montaña.

Además, si los parques o municipios cuentan con empresas dedicadas al turismo activo, también puede que esta tipología esté bastante explotada en los parques naturales de montaña, ya que son el lugar perfecto para la realización de este tipo de actividades.

### 3.1.2. Análisis de los Parques Naturales de Andalucía

A continuación aplicamos cada una de las variables anteriormente explicadas a cada uno de los 24 parques.

### **P.N. Bahía de Cádiz (Cádiz)**

Situado en pleno corazón de la Costa de Cádiz, el Parque Natural de Cádiz cuenta con 5 municipios costeros: Cádiz, Chiclana de la Frontera, El Puerto de Sta. María, Puerto Real y San Fernando. Al ser la mayoría de su perímetro costero, es uno de los parques con menos equipamientos de uso público: Sólo cuenta con 7 senderos señalizados. El resto de los equipamientos son casi inexistentes, sólo destacan los observatorios, ya que cuenta con 7.

Por pronto, podemos concluir (no sólo para este parque, sino para casi todos los que son de costa a excepción de Cabo de Gata), que los equipamientos de uso público tienen muy poca presencia en estos parques, ya que todo el aprovechamiento turístico que se da es enfocado al **turismo de sol y playa**. Esto lo refleja el número de plazas hoteles que en encontramos en cada uno de los municipios: Exceptuando El Puerto de Sta. María que directamente presenta un desarrollo turístico bajo, los demás municipios presentan un grado de desarrollo turístico medio. Cádiz, Chiclana y San Fernando presentan cada uno más de un 60% en lo que son plazas de hoteles de 4 y 5 estrellas con respecto al total de la oferta reglada. El municipio de Puerto Real por su parte, es el que tiene una presencia menor de hoteles de estas características, ya que sólo representan un 33% sobre el total.

El turismo residencial en esta zona es casi inexistente ya que tanto los porcentajes de población extranjera como los de segundas residencias son muy bajos. El municipio que cuenta con más extranjeros es Chiclana con un total de 2.698 personas, 1.333 procedentes de Reino Unido.

Por otro lado, la oferta complementaria de turismo activo es en Cádiz y sobre todo en Chiclana donde más presencia tiene. Chiclana cuenta con 13 empresas distintas, la mayoría de ellas especializadas en deportes extremos y acuáticos como la vela, el surf o el kayak. Además, el término municipal de Chiclana también cuenta con 5 campos de golf, es decir, que en cierto modo se ha producido una especialización en este tipo de turismo que se considera de alto nivel adquisitivo.

Por lo tanto, concluiremos diciendo que el municipio más turístico del Parque Natural Bahía de Cádiz es **Chiclana de La Frontera**. Su especialización en turismo de sol y playa hace que sea el municipio que cuenta con más plazas hoteleras, que junto a su gran oferta de ocio y gastronómica, además del entorno paisajístico en el que se encuentra, se ha consolidado como uno de los principales destinos vacacionales dentro de la provincia de Cádiz. Como municipio más explotado turísticamente, a Chiclana le seguiría la capital de Cádiz, ya que aunque también cuenta con un gran número de plazas hoteleras, al ser una ciudad con bastantes recursos culturales e históricos, no se ha especializado tanto en turismo plenamente vacacional, sino que también ha intentando venderse como un destino cultural, por lo que la estancia mínima suele ser más corta que la de Chiclana.

### **P.N. Cabo de Gata-Níjar (Almería)**

El Parque Natural Cabo de Gata- Níjar, está situado en los municipios de Almería, Carboneras y Níjar. Es el parque costero con más extensión de Andalucía y es el que más diversidad paisajística presenta debido a su gran variedad geológica y litológica. Es por eso por lo que existe **una gran variedad de oferta de actividades de ocio** distintas: Excursiones marítimas, rutas cicloturísticas, ecuestres, a pie o en 4x4 para mostrar al visitante el encanto del singular paisaje, así como actividades de aventuras y deportivas como el submarinismo, ya que sus aguas cristalinas permiten disfrutar aún más de la vista de fondo marino. El windsurf, la vela y sus modalidades, el kayak o el paddle board son otras actividades también muy demandadas en esta zona.

Sin embargo, **el desarrollo turístico de los municipios que integran este parque es modesto**: En el análisis de sus variables todos ellos sacan sólo 4 puntos, es decir, que no hay un desarrollo notable; ni del turismo residencial ya que el municipio que cuenta con más población extranjera residente es Níjar, con un 12,60% sobre el total de la población (de las 3.558 personas extranjeras de la Unión Europea residentes, 2.160 son de Rumanía, por lo que deducimos que no son residentes debido a motivaciones turísticas); las plazas en segundas residencias tampoco son relevantes, sólo en Almería (urbanización de Retamar) es donde existe una mayor presencia de este tipo de viviendas, aunque el porcentaje es sólo del 12,32%. En lo que se refiere a hoteles de 4 y 5 estrellas, sólo hay más relevancia en hoteles de este tipo en Almería, que cuenta con un 35,93% de plazas frente a la oferta total reglada. En los otros dos municipios, las plazas hoteleras de esta clase no son muy relevantes, apenas llegan en ambos al 8%, Carboneras se ha especializado más en la oferta de apartamentos y en Níjar, la mitad de oferta reglada se da en plazas de campings.

Por lo tanto, podemos concluir que aunque la tipología turística más destacada en este parque es la **de sol y playa**, no se ha desarrollado tanto como en otras zonas costeras de Andalucía ni tampoco de la misma manera: En Almería, sólo tienen más actividad turística algunos núcleos urbanizados y muy separados en sí. Carboneras está más asociado al sector industrial. Y en Níjar, sólo se pueden contabilizar 5 puntos turísticos (San José, Los Escullos, La Isleta, Las Negras y Agua Amarga) que tienen actividad solamente en verano.

En este caso, **el parque en sí es bastante visitado**, no sólo por su contenido ambiental sino también por sus dotaciones en equipamientos de uso público: En total cuenta con 34 equipamientos, entre los que podemos distinguir el eco museo *La Casa de los Volcanes* en Rodalquilar (Níjar), un jardín botánico también Rodalquilar, 5 miradores, 4 observatorios y un total de 14 senderos, entre los que destaca *El Cerro del Cinto*, sumergido en los restos de unas minas abandonadas. Este sendero es uno de los más visitados de Andalucía.

### **P.N. Del Estrecho (Cádiz)**

El Parque Natural del Estrecho, situado en el extremo sur de Andalucía, es un parque marítimo-terrestre, ya que aproximadamente la mitad de sus hectáreas son marinas. Cuenta con dos municipios: Algeciras y Tarifa. En ambos, el tipo de turismo que se ha desarrollado es el turismo de **sol y playa**, aunque hay que destacar, que en esta zona no se ha dado un modelo turístico clásico caracterizado una línea costera completamente urbanizada llena de hoteles.

En Tarifa, el desarrollo turístico se ha asociado a la **práctica del windsurf** y todas sus modalidades, ya que la climatología de esta zona en la que el viento es uno de los factores principales, ha consolidado este municipio como la sede del surf andaluza. Es por eso por lo que encontramos aquí un total de 56 empresas de turismo activo, número que supera con creces a las empresas que encontramos en el resto de municipios de los demás parques. Destacan las escuelas de kitesurf y vela.

El grado desarrollo turístico de este municipio es medio: Si observamos nuestras variables analizadas, la población extranjera residente en Tarifa es casi inexistente; un poco más notable si es la presencia de segundas residencias, que tienen un porcentaje del 37,25% con respecto al total. La tipología de alojamiento principal no son los hoteles de 4 y 5 estrellas, sino los campings. De 8.479 plazas totales de oferta reglada, 5.081 pertenecen a campings.

En cuanto a **Algeciras, presenta un grado de desarrollo bajo**: Cuenta con más plazas hoteleras de 4 y 5 estrellas que Tarifa, pero tampoco se ha llegado a especializar en este tipo de alojamiento. Por su situación, no es tanto un destino vacacional, sino de paso: Los turistas que vienen o bien se disponen a cruzar el estrecho hacia Gibraltar, o bien es que van a visitar La Costa Del Sol o alguno de los municipios. Además, el principal sector económico del municipio es la industria portuaria, cosa que hace que el turismo haya quedado relegado a un segundo lugar.

Por último añadir que el parque en sí, cuenta con muy pocos equipamientos de uso público: Los más numerosos son los miradores, entre los que encontramos 7. Esto es debido a que el paisaje característico de este parque es de acantilados, con vistas al mar y también a la zona interior de la Sierra de Cádiz que limita con el parque.

### **P.N. Despeñaperros (Jaén)**

Situado al norte de la provincia de Jaén, es el segundo parque con menor extensión de Andalucía. Sólo cuenta con el pequeño municipio de Santa Elena, con un total de 970 habitantes.

Aunque esto no quita que gracias a su situación (la parte más alta de Sierra Morena), cuente con un patrimonio natural y sobretodo histórico de gran

valor. Partiendo del río Despeñaperros como núcleo central del parque, los senderistas se encontrarán paisajes abruptos llenos de una cantidad variada de especies vegetales. Cuenta con 5 senderos señalizados, entre ellos el más visitado, que conduce al santuario de la Cueva de Los Muñecos.

Aún así, el grado de **desarrollo turístico en esta zona es bajo** ya que el clima no ayuda en absoluto: Las temperaturas son muy bajas en invierno y extremadamente altas en verano. De todos modos, tampoco existen infraestructuras que permitan albergar una gran masa de turistas: Es el parque con menor número de equipamientos de Andalucía. Apenas cuenta con plazas hoteleras, la mayoría de plazas de su oferta reglada son de campings, un total de 646. Destacar, que en el municipio de Santa Elena también existe una empresa de turismo activo y aventuras.

### **P.N. Doñana (Huelva, Cádiz y Sevilla)**

Una de las zonas más húmedas de España, Doñana es uno de los parques naturales con más contrastes de Andalucía debido a que cuenta con una gran presencia de paisajes distintos. Se extiende por las provincias de Huelva, Cádiz y Sevilla y gran parte de su extensión es declarado Parque Nacional, con el mismo nombre. A Doñana pertenecen los siguientes municipios: Almonte, Aznalcázar, Hinojos, Isla Mayor, La Puebla del Río, Lucena del Puerto, Palos de la Frontera, Pilas, Sanlúcar de Barrameda y Villamanrique de la Condesa.

Este espacio natural cuenta con un total de 49 equipamientos de uso público entre los que destacamos 9 senderos, 19 observatorios y 6 áreas recreativas que debido a la **gran biodiversidad existente en el paisaje** (marismas, salinas, dunas, humedales, dehesas, pinares, acebuches, etc.), cada una de ellas presenta distintas variedades de especies. Es uno de los parques de Andalucía mejores dotados de estas infraestructuras, debido también a su gran extensión y como ya hemos dicho, a la variedad ecológica.

Si empezamos a analizarlos por los que pertenecen a la provincia de Huelva, es necesario mencionar que a excepción del municipio de Hinojos (que es de interior), el resto está vinculado a la práctica de turismo de **sol y playa**. El grado de desarrollo turístico se da sobre todo en Almonte (Matalascañas, término municipal de Almonte es el núcleo turístico más importante de la provincia) y Moguer. En Palos de la Frontera y Lucena del Puerto, el turismo no ha tenido mucho impacto ya que son municipios ligados al polo industrial de Huelva.

La tipología de alojamiento más común en Moguer y Matalascañas, es el camping. Mazagón (término municipal de Moguer), ocupa el primer puesto en cuanto a plazas de camping: De 10.182 plazas totales de oferta reglada, 8.995 pertenecen a campings. En Matalascañas también se da una amplia oferta de campings y tiene mucha importancia además, la presencia de segundas residencias en el municipio de Almonte, ya que suponen un 40,30% de las

viviendas totales. La mayoría de las viviendas secundarias se encuentran en Matalascañas (4.704 de 5.720 que son las viviendas 2<sup>as</sup> totales), por lo que podemos concluir que la población de interior de Almonte, dispone de viviendas para el disfrute en verano de la playa. En Almonte además existe un 36,86% de plazas hoteleras de 4 y 5 estrellas frente a la oferta total reglada. En cuanto a la oferta complementaria, de todo el parque, también es Almonte quien cuenta con más empresas, un total de 8.

Sanlúcar de Barrameda es el único municipio de Cádiz que se encuentra en el término municipal de Doñana. Su desarrollo turístico es medio: Presenta 758 plazas en establecimientos hoteleros de las cuales 266 son plazas hoteleras de hoteles de 4 y 5 estrellas. El desarrollo turístico de sol y playa, cuenta también con una variada **oferta de actividades deportivas en el entorno natural de Doñana**, destacando las rutas ecuestres, fluviales por el río Guadalquivir y ornitológicas. Otra clase de actividad peculiar son las rutas en “pescaturismo” donde acompañados por un marinero, se da a conocer a los visitantes las costumbres pesqueras de Sanlúcar. Así mismo en este municipio encontramos el Pinar de la Algaida, configurado como zona recreativa por excelencia.

Por último, hablar del grado de desarrollo turístico en los municipios pertenecientes a Sevilla. En ninguno de ellos el turismo se considera una actividad desarrollada. En la mayoría de ellos no existen ni plazas hoteleras. Con lo único que cuentan es con una empresa de turismo activo cada uno.

### **P.N. La Breña y Marismas del Barbate (Cádiz)**

Este parque natural se extiende desde Barbate, pasando por los Caños de Meca hasta Vejer de la Frontera. Al igual que sucede en el entorno de Doñana, esta zona también cuenta con **paisajes variados**: paisaje marino (aproximadamente un 25% de su superficie es marina), acantilados, marismas o dunas. Es el segundo parque por menor extensión, aunque cuenta con bastantes equipamientos de uso público para dicha extensión, en concreto 14. Otros parques naturales le triplican la extensión y cuentan con los casi mismos o incluso menos equipamientos. Dentro de los equipamientos de uso público hay que destacar 3 áreas recreativas distintas, 4 miradores entre los que se encuentran dos de los más visitados de la provincia: El acantilado de Barbate (que forma parte también de un sendero señalizado) y el mirador de Trafalgar.

En cuanto al desarrollo turístico de los municipios que pertenecen al parque, destacar que aunque se han especializado en turismo de **sol y playa**, en ambos el turismo no ha tenido una incidencia muy notable. En Barbate, la tipología de alojamiento más destacada es el **camping**: La mitad de las plazas totales regladas pertenecen a este tipo de alojamiento. En cambio, las plazas en hoteles de 4 y 5 estrellas no llegan ni al 2% con respecto al total. En cuanto a la oferta complementaria, cuenta con 8 empresas de turismo activo, las cuales se han especializado en submarinismo y buceo.

En Vejer, las 14 empresas de este tipo, están más especializadas en el surf. Además, cuenta también con una escuela de ala-delta y parapente. Este municipio por su parte, apenas cuenta con plazas hoteleras, y de las regladas, el mayor número se da en plazas de campings.

Por último, añadir que en ambos municipios, las segundas residencias ocupan un 19% de las viviendas totales, aunque esta influencia de segundas residencias no tiene que ver mucho con el turismo.

### **P.N. Los Alcornocales (Cádiz y Málaga)**

A Los Alcornocales pertenecen 17 municipios de entre Cádiz y Málaga: Alcalá de Los Gazules, Algar, Algeciras, Arcos de La Frontera, Los Barrios, Benalup-casas Viejas, Benaocaz, El Bosque, Castellar de La Frontera, Jerez de La Frontera, Jimena de La Frontera, Medina-sidonia, Prado del Rey, San José del Valle, Tarifa, Ubrique, Cortes de La Frontera.

Esta zona posee una **gran riqueza ecológica** ya que cuenta con la superficie de alcornocales más grande y más productiva de toda España. Además, esta riqueza se da también tanto en la climatología, la historia, la flora y la fauna.

Es por eso, por lo que el parque está muy bien dotado de **equipamientos públicos**, un total de 53, que hacen que tenga mucha demanda la práctica de actividades deportivas en la naturaleza: 18 senderos señalizados, hacen que el **senderismo** sea uno de los deportes más practicados en toda esta zona. En muchos de los municipios también encontramos áreas recreativas, existen un total de 8 en todo el espacio protegido. Por otro lado, este parque es el segundo que cuenta con más **rutas cicloturísticas** (en Alcalá de los Gazules, Los Barrios y Tarifa) cosa que atrae a visitantes de todas partes aficionados a este tipo de deporte. Por su parte, el municipio que cuenta con más empresas de turismo activo (aparte de Tarifa), es Jerez de La Frontera, entre los que destacan las escuelas de hípica y equitación, deportes también muy practicados en esta zona debido a la influencia de este animal.

En cuanto al desarrollo turístico de los municipios, los más desarrollados son **Benalup-Casas Viejas, Castellar de la Frontera y Tarifa** con un desarrollo turístico medio-alto. La tipología turística es distinta en algunos de ellos, como por ejemplo en Tarifa, que al ser de costa el turismo principal es el de sol y playa, como hemos visto en el P.N del Estrecho.

En Benalup, la mayoría de la oferta reglada (aproximadamente el 84%) se basa en plazas de hoteles de 4 y 5 estrellas, ya que aquí se encuentra uno de los resorts más grandes de Andalucía asociados al campo de golf situado también en este municipio.

Otros municipios con un desarrollo turístico medio, aunque donde ha habido un menor impacto del turismo ya que algunos municipios (exceptuando

Jerez) son muy pequeños y tampoco tienen las infraestructuras suficientes: Son Benaocaz, El Bosque, Jerez de la Fra. y Los Barrios. El tipo de turismo que se da en estos municipios es cultural y de la naturaleza enfocado también a la práctica deportiva. En Jerez y Los Barrios destacan las plazas de hoteles de 4 y 5 estrellas que conforman la mitad de la oferta reglada.

Mención aparte merece Jerez de la Fra., municipio reconocido internacionalmente por su cultura taurina, ecuestre y vitivinícola, y especializado también en el **enoturismo**.

### **P.N Montes de Málaga (Málaga)**

El Parque Natural Montes de Málaga, es el **parque más pequeño** en cuanto a su extensión, aunque al pertenecerle la ciudad-capital de Málaga, el desarrollo turístico de esta zona es más notable. Aparte de Málaga, también pertenecen al parque Casabermeja y Colmenar, que son los municipios menos desarrollados turísticamente, ya que ambos pequeños y no llegan a los 3.500 habitantes.

En **Málaga** por su parte, sí se ha producido un impacto turístico debido a varios factores: Es la capital de la Costa del Sol, la que presenta una mayor afluencia turística; por otro lado, cuenta también con uno de los aeropuertos con más volumen de vuelos diarios, por lo que esta buena comunicación también ha propiciado un desarrollo turístico mayor. Por último, su oferta turística de sol y playa, cultural y gastronómica es el factor más relevante. Un 41% más o menos, de su oferta reglada total son plazas de hoteles de 4 y 5 estrellas, ya que también esta ciudad es una ciudad de congresos y convenciones, por lo que los hoteles de estas características son los más adecuados para el turismo de negocios.

En cuanto a lo que se refiere al desarrollo turístico del parque en sí, cuenta con muy **pocos equipamientos de uso público**, y la mayoría de ellos también se encuentra en Málaga capital, como el eco museo *Lagar de Torrijos*.

### **P.N. Sierra de Andújar (Jaén) y P.N. Sierra de Cardeña y Montoro (Córdoba)**

Estos dos Parques Naturales, aunque pertenezcan cada uno a una provincia distinta, vamos a analizarlos juntos ya que se encuentran (por su extensión), prácticamente uno al lado del otro. Además, el desarrollo turístico de ambos es similar.

El **Parque Natural de Andújar**, cuenta con los municipios de Andújar, Baños de la Encina, Marmolejo y Villanueva de la Reina. Todos ellos son muy ricos en patrimonio cultural, sin embargo, a excepción de Andújar que es el de mayor tamaño, **el turismo no ha tenido un desarrollo notable**.



Lo mismo pasa en el **Parque Natural de Cardeña y Montoro**, que tampoco son zonas muy turísticas. En ninguno de los municipios de ambos parques hay hoteles de 4 y 5 estrellas y las plazas de oferta reglada son reducidas y se basan prácticamente en los alojamientos rurales. Como pasa en la mayoría de los parques de montaña a excepción de unos pocos, el desarrollo turístico es muy bajo.

Como ambos parques naturales son zonas de caza, tanto mayor como menor, su cocina está especializada en estas carnes. Podemos considerar que el turismo gastronómico tiene cierta incidencia en esta zona. Además Andújar también se ha consolidado como la “cuna de la actividad cinegética”. Es también el único municipio que cuenta con 4 empresas de turismo activo, la mayoría de ellas tienen que ver con el turismo verde.

En la Sierra de Cardeña y Montoro para concluir, encontramos multitud de senderos que se pueden recorrer a pie, en bicicleta o a caballo.

### **P.N. Sierra de Arena y Picos de Aroche (Huelva)**

Situado al norte de la provincia de Huelva, es el segundo parque más grande de Andalucía. Se caracteriza por contar con una multitud de paisajes verdes y forestales debido que esta zona las precipitaciones son abundantes.

A este parque pertenecen un gran número de municipios (en concreto 28): Alajar, Almonaster La Real, Aracena, Aroche, Arroyomolinos de León, Cala, Cañaveral de León, Castaño del Robledo, Corteconcepción, Cortegana, Cortelazor, Cumbres de Enmedio, Cumbres de San Bartolome, Cumbres Mayores, Encinasola, Fuenteheridos, Galaroza, Higuera de La Sierra, Hinojales, Jabugo, Linares de La Sierra, La Nava, Los Marines, Puerto-Moral, Santa Ana La Real, Santa Olalla del Cala, Valdelarco y Zufre.

Es necesario mencionar que **la mayoría son pueblos pequeños** que no llegan ni a los 1.000 habitantes. Por otro lado, en lo que se refiere al turismo, decir que todos ellos menos Aracena, (que es el núcleo principal en el parque), tienen un desarrollo turístico bajo: Su oferta reglada es baja o totalmente inexistente al igual que las empresas de turismo activo. Sí es destacable que en casi todos ellos también existe un número alto de segundas residencias. En municipios como Alájar, Corteconcepción o Linares de la Sierra llegan casi a la mitad. Sin embargo, esta influencia de 2<sup>as</sup> residencias no se debe al desarrollo turístico, sino a que en esta zona es pionera la industria del jamón ibérico de bellota (Jabugo) y la del corcho, por lo que ambas industrias sustentan la economía de la mayoría de los municipios.

El único municipio en el que el turismo si ha tenido un impacto notable es en **Aracena**. Cuenta con un total de 1.162 plazas de oferta reglada, de las cuales un 25,65% son hoteles de 4 y 5 estrellas. El desarrollo turístico está por un lado ligado al turismo cultural, ya que Aracena cuenta con varias rutas turísticas en las que es posible conocer todo el municipio y además visitar

aquellos recursos históricos y patrimoniales que se encuentran aquí. Además, existen también varios museos entre los que destaca el Museo del Jamón con el Centro de Interpretación del Cerdo Ibérico que en su visita incluye también una degustación del jamón y todos los productos del cerdo ibérico.

Mención aparte merece la **Gruta de Las Maravillas**, una de las grutas más grandes de España y uno de los monumentos de la provincia de Huelva más visitados. Esta cavidad tiene una afluencia de miles de visitantes al año.

Aparte de esto, el parque natural se ha especializado en el **turismo micológico**. Las setas es uno de los productos estrella de esta zona, por eso cada año durante la época de la recolección se organizan jornadas para los visitantes donde los expertos les explican como reconocerlas y conocer sus propiedades.

De este modo vemos que el turismo en Aracena tiene tres vertientes distintas: **Turismo cultural, natural-micológico y gastronómico** ya que la amplia variedad de los productos de la zona invita a los visitantes a que los pureben in-situ.

### **P.N Sierra de Baza (Granada)**

Situado al este de la provincia de Granada, el Parque Natural Sierra de Baza, cuenta con 5 municipios: Baza, Caniles, Dólar, Gor y Valle del Zalabí. Aunque el parque cuenta con numerosos recursos culturales, el grado **de desarrollo turístico en los municipios es bajo**: Sólo es en Baza donde el turismo tiene más impacto ya que como pasa en otros parques de montaña, es el municipio más grande y en este caso es el que tiene más historia. Dentro del parque natural además, podemos visitar los distintos yacimientos arqueológicos. En el Museo Arqueológico de Baza también podemos encontrar algunos de los restos materiales. Por otro lado, el parque está dotado de senderos señalizados, concretamente un total de 11, algunos de ellos hacen un recorrido por los poblados abandonados, que son mini ciudades en estado de ruina integradas perfectamente en el paisaje. Algunos de ellos conservan también vestigios de la actividad minera.

En cuanto a la actividad deportiva, destacar que sólo se localizan 2 empresas de aventuras y turismo activo en Baza, y otras dos en el municipio de Valle del Zalabí.

Por último, hay que destacar que en Baza, las plazas de oferta reglada pertenecen mayoritariamente a hoteles, aunque ninguno de ellos de 4 ni 5 estrellas, y hostales. En el resto de municipios, la oferta reglada es muy reducida.

### **P.N Sierra de Castril (Granada)**

Incluyendo sólo al municipio de Castril, el Río Castril es el principal eje y elemento de valor de este parque natural ya que crea un paisaje único. El parque cuenta con 8 senderos señalizados, uno de los más visitados es el del *Nacimiento del Río Castril*, que recorre el río el paralelo y además supone el comienzo de otros senderos señalizados para visitar el parque por completo. Además, el río ha ido modelando grutas y cuevas que también forman parte del paisaje como por ejemplo la Cueva de San Fernando, que permite la práctica de la espeleología.

Por lo demás, el municipio de Castril, que apenas llega a los 2.400 habitantes, **no está muy desarrollado turísticamente**, sin embargo cuenta con 265 plazas de oferta reglada en campamentos, lo que indica que el poco desarrollo turístico que se ha dado es mayoritariamente rural dentro del parque natural que permite también la realización de prácticas deportivas como el senderismo, el cicloturismo, la pesca y el piragüismo en el río.

### **P.N Sierra de Grazalema (Cádiz y Málaga)**

Entre Cádiz y Málaga se encuentra la Sierra de Grazalema, en una zona donde el pinsapo es la especie milenaria por naturaleza, puesto que sólo se encuentran en esta zona de las provincias. El parque natural cuenta con los siguientes municipios: Algodonales, Benaocaz, El Bosque, El Gastor, Grazalema, Prado del Rey, Ubrique, Villaluenga del Rosario, Zahara, Benaoján, Cortes de La Frontera, Jimera de Libar, Montejaque y Ronda.

La riqueza y sobre todo belleza del paisaje que integra a los municipios hace que este parque tenga un **número de visitas elevado**. Una muestra de ello es el municipio de Grazalema, un municipio que no llega a los 2.200 habitantes, cuenta con un 25% de segundas residencias y tiene un total de 1.107 plazas de oferta reglada de las cuales un 18,52% lo conforman hoteles de 4 y 5 estrellas. Además también tiene 3 empresas de turismo activo. Esto quiere decir que el desarrollo turístico rural y ecológico que tienen municipios como éste es gracias al **patrimonio natural** que presenta este parque.

A lo largo del mismo y de todos sus municipios encontramos un total de 20 senderos señalizados que permiten al visitante recorrer casi todas las zonas del parque. Una de las más importantes, comunica Benaocaz con Ubrique. Además, este parque también tiene un aula de la naturaleza situada en Benaocaz que tiene fines pedagógicos. En Benaocaz también encontramos una de las 4 áreas recreativas que están presentes en el parque, el resto, se localizan dos en El Bosque y otra en Villaluenga del Rosario.

**El turismo rural** también tiene mucha importancia en estos municipios ya que cada vez más algunos se están especializando en él. En **Ronda** por ejemplo, existen 207 plazas regladas de casa rurales. Se ha puesto en marcha también, la conocida como ruta de los pueblos blancos. Este municipio también está muy desarrollado turísticamente y actualmente se considera una de las ciudades más visitadas de Andalucía gracias a su patrimonio cultural y natural

y últimamente la influencia que está teniendo la producción de vinos. La oferta reglada de Ronda supone casi un 30% de los hoteles de 4 y 5 estrellas.

En el resto de municipios, el desarrollo turístico relacionado con el parque natural, también es notable en casi todos, sobre todo en Zahara de la Sierra, donde también se pueden practicar en su embalse actividades como el piragüismo o la pesca.

Por último, añadir que en el municipio de Benaoján se encuentra la Cueva de la Pileta, con restos prehistóricos, también bastante visitada.

### **P.N Sierra de Hornachuelos (Córdoba)**

Este parque natural se encuentra al norte de la provincia de Córdoba. Le pertenecen los municipios de Almodóvar del Río, Córdoba, Hornachuelos, Posadas y Villaviciosa de Córdoba. El parque cuenta con 6 senderos señalizados en los que se puede observar ecosistemas como las dehesas o los embalses de los ríos, y con 2 áreas recreativas. En esta zona **el turismo no es muy abundante**, exceptuando en **Córdoba** que con una gran riqueza cultural, patrimonial e histórica, es una de las ciudades más visitadas de Andalucía.

En el resto de municipios que pertenecen al parque no están muy desarrollados turísticamente, apenas cuentan con plazas de oferta reglada y la tipología turística está ligada **al turismo rural y gastronómico**, que cobra mucha importancia, sobre todo los productos autóctonos. Es necesario mencionar que también en el centro del parque, se encuentra la aldea de San Calixto, uno de los lugares más emblemáticos y visitados de Hornachuelos.

### **P.N Sierra de Huétor (Granada)**

Este espacio natural está situado en el centro de la provincia de Granada, a 20 km de la capital. A él le pertenecen los municipios de: Alfacar, Beas de Granada, Cogollos de la Vega, Diezma, Huétor – Santimillán, Nívar y Víznar. En la mayoría de municipios **el turismo también es bajo**, y el poco desarrollo existente se da gracias al **turismo cultural** debido al legado musulmán que ha quedado en algunos de ellos como los Baños Árabes de Cogollos de la Vega o el Palacio del Cuzco de Víznar declarado Monumento Natural. En cuanto a los equipamientos públicos del parque, cuenta con un total de 23 entre los que se distinguen 11 senderos y 3 áreas recreativas. Los municipios que cuentan con más plazas regladas son Beas de Granada y Diezma, este último cuenta con un 65% de plazas en hoteles de 4 y 5 estrellas. Este municipio es uno de los más visitados ya que ofrece una vista única de Sierra Nevada en sus miradores.

En cuanto al turismo activo, sólo algunos municipios disponen de empresas de este tipo, aunque sólo cuentan con una.

Por último, el **turismo gastronómico** también tiene un importante reclamo en esta zona llena de productos naturales.

### **P.N Sierra de las Nieves (Málaga)**

Al este de la provincia de Málaga se encuentra el Parque Natural Sierra de las Nieves. Comprende los municipios de El Burgo, Istán, Monda, Parauta, Ronda, Tolox y Yunquera.

Este parque tiene unos paisajes muy distintos dependiendo la zona en la que nos encontremos, dependiendo si estamos en la **Serranía de Ronda** o en el **Valle del Guadalhorce**. El parque cuenta con 11 senderos repartidos. Uno de ellos recorre en pico más alto de la provincia, el Pico Torrecilla (1.919m). Este parque es muy visitado, sobre todo en invierno ya que debido a su altitud, la mayoría de sus montes alomados se encuentran nevados y esto despierta un interés entre los visitantes que vienen de la Costa del Sol. De los municipios, los más visitados son Ronda e Istán, **Ronda**, como ya dijimos en el *P.N Sierra de Grazalema*, es una de las ciudades más visitadas de Andalucía, y en este caso **Istán**, es otro de los municipios donde el turismo ha tenido más incidencia debido a que se encuentra muy cerca de la costa, sobre todo del municipio de Marbella. Aunque esté situado en plena Sierra de las Nieves, las temperaturas son muy suaves todo el año, de ahí a que esto sea algo positivo para el turismo. Además, aunque la oferta reglada es mayoritaria en Ronda, de las 80 plazas totales de oferta reglada existente en Istán, 54 de ellas pertenecen a un hotel rural de 4 estrellas que acoge a visitantes que vienen a conocer la Sierra y a practicar deportes como el senderismo, escalada, rutas a caballo o rutas en quad.

En el resto de los municipios por su parte, el turismo no ha tenido tanta incidencia porque aparte de que son más pequeños, están situados más de cara al interior.

### **P.N Sierra Mágina (Jaén)**

Rodeada de la vegetación típica de esta zona, los olivos, Sierra Mágina se halla en la campiña de Jaén. Su elevada altitud acompañada de la fría temperatura en invierno, hacen que esta zona no sea muy habitable y por lo tanto, que **el turismo tampoco tenga un desarrollo notable**. Sus 9 municipios, Albánchez de Mágina, Bedmar y Garcéz, Cambil, Huelma, Jimena, Jódar, Pegalajar y Torres están impregnados de culturas medievales, ya que en prácticamente todos los pueblos podemos encontrar restos de murallas, torreones e incluso castillos como los de Jódar y Albánchez de Mágina, dos de los municipios más visitados. Aparte de esto, al ser tierras olivareras, el aceite de oliva virgen tiene denominación propia de esta zona, por lo que la gastronomía es también importante en esta zona.

Además, el parque también permite la práctica de actividades como el **cicloturismo**, el **senderismo** en uno de los picos con el que cuenta, el Pico Mágina.

### **P.N Sierra María – Los Vélez (Almería)**

Este Parque natural situado al norte de la provincia de Almería cuenta con los 5 municipios de: Chirivel, María, Vélez – Blanco y Vélez – Rubio. En todos ellos el patrimonio cultural es amplio y además muy singular, aunque **el turismo no se ha desarrollado de una manera impactante** en ninguno de ellos.

Los senderos que se encuentran dentro del parque llevan algunos a contemplar unos paisajes que son el resultado de la erosión, como la Cueva de los Letreros, que es una de las más visitadas de la provincia ya que en ella se encuentran pinturas rupestres y una de ellas es el famoso “índalo”, símbolo inconfundible de Almería. Además, este parque cuenta con un jardín botánico Umbría de la Virgen, que se encuentra en el municipio de María. El parque también cuenta con una serie de especies tanto animales como vegetales que son únicas en Andalucía.

Dentro de los municipios, existen también algunas zonas que por su patrimonio histórico son también muy visitadas, y este es el ejemplo del *Castillo de los Vélez*, que se encuentra en el municipio de Vélez – Blanco, y es conocido internacionalmente.

### **P.N Sierra Nevada (Granada y Almería)**

El entorno natural de Sierra Nevada se encuentran tanto las figuras de **Parque Natural, Nacional (con el mismo nombre) y Reserva de la Biosfera**. En este terreno se encuentra además el pico más alto de la península, el Mulhacén, con 3.479 metros. Centrándonos en la figura de Parque Natural, Sierra Nevada cuenta con un total de 60 municipios, y está considerado uno de los parques más explotados turísticamente debido a la “industria turística” que se ha levantado en torno a la práctica del esquí y los deportes de invierno, por lo que desde hace tiempo está consolidado como destino de ocio en Andalucía para la práctica de este tipo de actividades. El parque natural se encuentra situado mayoritariamente en Granada, aunque también se extiende hasta la parte occidental de Almería.

Aunque el desarrollo **turístico no se deba tanto a los equipamientos de uso público sino a lo que son las estaciones de esquí y a las empresas de turismo activo**, es el segundo parque natural de Andalucía con más infraestructuras de este tipo: Un total de 86. 20 senderos señalizados hacen que la práctica de los deportes de montaña en verano como el senderismo y el

ciclismo sean un reclamo en este espacio. Además, al contar con 11 carriles cicloturisticos, esta modalidad de ciclismo también está muy popularizada.

3 aulas de la naturaleza también sirven para que ayude a que se conozca mejor el entorno y a que los espacios naturales tengan también fines educativos. Las tres aulas se encuentran en los municipios de Padul y Dílar en Granada y de Abrucena en Almería.

En cuanto a sus 60 municipios: Abla, Abrucena, Alboloduy, Alhabia, Almocita, Alsodux, Bayarcal, Beires, Bentarique, Canjajar, Fiñana, Fondón, Illar, Instinción, Laujar de Andarax, Nacimiento, Ohanes, Padules, Paterna del Río, Rágol, Santa Cruz, Terque, Las Tres Villas, Aldeire, Alpujarra de La Sierra, Alquife, Bérchules, Bubión, Busquistar, Cádiar, Cañar, Capileira, Carataunas, Cástaras, Cogollos de Guadix, Dílar, Dólar, Dúrcal, Ferreira, Gojar, Guejar-sierra, Hueneja, Jerez del Marquesado, Juviles, La Calahorra, Lanjaron, Lanteira, Lecrín, Lugros, Monachil, Nevada, Niguelas, Padul, Pampaneira, Portugos, Soportújar, La Taha, Trévez, Valor y La Zubia. La mayoría no tienen un desarrollo turístico muy notable porque aunque pertenezcan al parque natural, muchos de ellos son pequeñas poblaciones que no disponen de infraestructuras.

Donde el turismo sí ha tenido un gran impacto es en los municipios de Monachil y Dílar, ya que en sus términos municipales se encuentra la estación de esquí de Sierra Nevada. Sobre todo en **Monachil**, se han levantado una gran cantidad de alojamientos en la zona de la estación, ya que el flujo turístico en épocas de esquí es masivo y vienen visitantes de toda España. Es por eso, por lo que el número de plazas de oferta reglada en Monachil es de 4.380 plazas entre las que cabe distinguir un porcentaje del 30,82% de hoteles de 4 y 5 estrellas y el resto entre apartamentos, casas rurales y equipamientos de uso público como las Zonas de Acampada libre Controlada (ZALO) y los refugios, tipología también muy común en este parque ya que cuenta con 11 refugios de uso público. Además, es lógico que las empresas de turismo activo tengan una presencia absoluta en esta zona, por lo que Monachil cuenta con 23: Muchas son escuelas de esquí tanto nacionales, internacionales y olímpicas, y otras se dedican al snow, la equitación y a la actividad del mountain bike.

En este municipio, las segundas residencias también tienen mucha presencia, llegan a casi un 40% respecto al total de las viviendas, y lo mismo pasa en otros municipios de Sierra Nevada como Abla, Bubión, Ferreira, Jerez del Marquesado, Juviles, Lanteira, Las Tres Villas, Paterna del Río y Trévez, aunque en casi todos las segundas residencias tienen un volumen notable, en casi todos los municipios superan el 20%.

Por otro lado, después de Monachil, es en **Güejar Sierra** y en **Lanjaron**, donde las plazas de oferta reglada son más elevadas: Aproximadamente existen 1.200 plazas de oferta reglada en cada municipio teniendo en cuenta que son municipios pequeños. La explicación de este desarrollo de la oferta reglada en ambos municipios se debe por un lado, a que en Lanjarón existe uno de los balnearios más grandes de Andalucía acompañado de un hotel de 4

estrellas. Por lo tanto, este municipio se ha consolidado como destino turístico de salud, ya que cada vez más personas, sobre todo de la 3ª edad, vienen al balneario por motivos curativos y de salud.

Por último, destacar que en Güejar Sierra, existen muchas rutas turísticas que acercan a los visitantes a los dos puntos más altos de Andalucía, el Pico Veleta y el Mulhacén, aparte de que también es una zona donde la práctica de actividades deportivas es también muy popular.

### **P.N Sierra Norte de Sevilla (Sevilla)**

Este parque ocupa el tercer puesto en su extensión. Como su propio nombre indica, se encuentra al norte de Sevilla y le pertenecen 10 municipios: Alanís, Almadén de la Plata, Cazalla de la Sierra, Constantina, El Pedroso, El Real de la Jara, Guadalcanal, La Puebla de los Infantes, Las Navas de la Concepción y San Nicolás del Puerto.

El parque natural, es una zona perfecta para la **práctica del senderismo y cicloturismo** ya que aquí se encuentra la Vía Verde de la Sierra Norte, una ruta que recorre además el Monumento Natural de las *Cascadas del Huéznar*, en el término municipal de San Nicolás del Puerto.

En esta zona la hidrografía tiene mucha importancia, sobre todo porque ha configurado paisajes insólitos. Además, en los tres ríos que cruzan el parque, se puede practicar la pesca de la trucha, que es típica y única en Sevilla.

Es necesario mencionar la posibilidad de practicar deportes náuticos en sus embalses, así como actividades deportivas como el puenting o la escalada en el *Cerro del Hierro*.

En cuanto a sus municipios, los que están más turísticamente desarrollados son **Almadén de la Plata** por su legado prehistórico, y **Cazalla de la Sierra** y **Constantina** que con sus productos artesanales como el vino y el anís destacan por el **turismo gastronómico**. Además, en toda esta zona la caza también es muy popular y en cada municipio destacan platos típicos característicos de carnes de caza, como la caldereta de Ciervo en el municipio Navas de la Concepción. En lo que se refiere a oferta reglada y tipología de alojamientos, en ninguno de los municipios encontramos hoteles de 4 y 5 estrellas, aunque la oferta va más enfocada a las casas rurales y sobre todo a los campings, que ocupan el 66,70% en Cazalla de la Sierra.

### **P.N Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas (Jaén)**

Es el mayor parque en cuanto a extensión y a número de equipamientos públicos. Su tipología de vegetación de bosques frondosos, hacen que el parque esté muy ligado a sus ríos y nacimientos, ya que uno de ellos es el del Guadalquivir.



Este parque es **uno de los más visitados de Andalucía**, cuenta con 90 equipamientos públicos y es el único parque donde encontramos un parque de fauna silvestre el *Collado del Almendral*, es decir, un parque que no sólo permite a los visitantes contemplar la belleza de los paisajes asociados al Embalse de Tranco, sino que también ellos mismos pueden visitar a los animales en su hábitat natural. Por otro lado, en el parque se pueden encontrar un total de 20 áreas recreativas, repartidas casi todos sus municipios pertenecientes, los cuáles son: Beas de Seguram Benatae, Cazorla, Chilluévar, Génave, Hinojares, Hornos, Huesa, Iznatoraf, La Puerta del Segura, Orcera, Peal de Becerro, Pozo Alcón, Quesada, Santiago – Pontones, Santo Tomé, Segura de la Sierra, Siles, Sorihuela del Guadalimar, Torres de Albánchez y Villacarrillo.

Por lo tanto, hay que destacar que la tipología de turismo más desarrollada en este parque es el **turismo rural**, ya que en este caso la riqueza ambiental existente hace que en este parque se pueda disfrutar de una gran variedad de flora y fauna. Existen además, 6 campings tomados como equipamientos de uso público, aparte de también las 3 Zonas de Libre Acampada. Sus 25 senderos señalizados sirven para que los visitantes puedan visitar todas casi todas las partes del amplio espacio natural. Además, en esta zona también se ha puesto muy de moda el turismo cinegético ya que existe una declaración del Coto Nacional de Caza Cazorla – Segura.

Por otro lado, la demanda de **actividades deportivas y de ocio**, también están a la orden en este espacio: Debido a la gran cantidad de embalses y ríos que encontramos, es posible la práctica de la pesca y se pueden dar paseos en barco. También es posible practicar deportes de tierra como el senderismo, descenso de cañones, rapel, tirolina... etc. Además de dichas actividades, este parque también presenta unas infraestructuras turísticas como los albergues de jóvenes y los propios campings, propias para que se haya dado también un auge del **turismo de campamentos para niños**, sobre todo en el verano.

En cuanto a los municipios, los más turísticos son Cazorla, La Iruela, Pozo Alcón, Santiago – Pontones y Segura de la Sierra, ya que son los que cuentan con más plazas totales de oferta reglada, sobre todo en Santiago – Pontones, donde la mayoría de plazas corresponden a las de campings. Este municipio por su parte, está muy asociado también al turismo gastronómico por su influencia por las carnes de caza.

Por último, hay que mencionar que Cazorla ofrece también una amplia variedad de **recursos patrimoniales** que hacen que el turismo cultural en esta zona también se haya desarrollado notablemente.

### **P.N Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama (Málaga y Granada)**

Este espacio natural está situado entre Málaga y Granada. De las tres sierras, Tejeda y Almijara se encuentran en la provincia de Málaga, mientras

que Alhama pertenece a Granada. Sus municipios son: Alcaucín, Alhama de Granada, Arenas del Rey, Canillas de Aceituno, Cómpeta, Frigiliana, Jayena, Nerja, Otívar, Salares y Sedella. El parque cuenta con un total de 32 equipamientos de los cuales 16 de ellos se corresponden a senderos señalizados.

En cuanto al desarrollo turístico de los municipios, hay una gran diferencia entre unos y otros: **Nerja** es el municipio más desarrollado pero la causa principal de este desarrollo se debe a que es un municipio de costa donde el turismo de **sol y playa** acompañado del recurso turístico de las famosas Cuevas de Nerja, han consolidado este municipio como un destino vacacional. Además, en este municipio tiene mucha importancia el turismo residencial, sobre todo de extranjeros, un 54% de la población extranjera es procedente del Reino Unido, por lo que se entiende que estamos hablando del clásico turismo residencial que se mueve en la Costa del Sol. Por otra parte, un 36,29% de viviendas totales son secundarias.

La tipología de alojamiento que más destaca aquí es la del apartamento ya que las plazas de apartamentos representan un 53,33% con respecto al total de la oferta reglada, mientras que los hoteles de 4 y 5 estrellas sólo representan un 15. También es destacable que Nerja cuenta con 9 empresas de turismo activo, es el municipio donde más encontramos.

En el resto de los municipios de la provincia de Málaga, se da un desarrollo turístico más bajo, pero que también tiene su importancia, sobre todo aquellos municipios que pertenecen a la comarca de **La Axarquía**: Su cercanía a la costa, hace que esta zona tenga más afluencia de visitantes, además la oferta de turismo activo es también importante en estos municipios. Por ejemplo, en la localidad de Cómpeta se encuentra el pico de La Maroma, apto para el parapente, montañeros y senderistas que quieran practicar este tipo de deporte. También existe un mirador en este pico donde se puede observar toda la costa del Mediterráneo. En este municipio por su parte, las segundas residencias, llegan casi al 50% y la oferta reglada es mayoritaria en casas rurales. El **turismo gastronómico** también se ha desarrollado ya que en la Axarquía cada municipio tiene sus platos locales y además el vino Moscatel es el producto estrella.

En cuanto a los que pertenecen a la provincia de Granada, el **desarrollo turístico no es muy notable**, a excepción del municipio Alhama de Granada, cuyo casco antiguo es un reclamo turístico de importancia.

### **P.N. Sierras Subbéticas (Córdoba)**

Las Sierras Subbéticas, como su propio nombre indica, se encuentran en plena Cordillera Subbética. Cuentan con Cabra, Carcabuey, Doña Mencía, Iznájar, Luque, Priego de Córdoba, Rute y Zuheros. El **desarrollo turístico de los municipios no es muy elevado**, aunque el parque cuenta con una gran **riqueza geológica** que ha dado lugar a numerosas grutas y cavidades. Una de

las más famosas es la Cueva de Los Murciélagos, en Zuheros, uno de los yacimientos más importantes de Andalucía. El parque por su parte, cuenta con 17 equipamientos de uso público, que no son muchos para la extensión del mismo. El desarrollo turístico que se da en el parque, es sobre todo **rural y activo**. En la mayoría de las cuevas, se puede practicar la espeleología, y todo el parque es apto para la práctica del senderismo. Además, aparte de los 8 senderos, dentro del parque se encuentra la conocida como *Vía Verde*, la línea ferroviaria que se ha convertido en un camino de 52 km apto no sólo para el senderismo, sino también para el cicloturismo o los paseos a caballo. Abarca los municipios de Cabra, Doña Mencía, Luque y Zuheros, y es bastante visitada tanto por residentes como por turistas.

Por último, destacar que los municipios más turísticos son Cabra, Priego de Córdoba y Zuheros. En los tres, el patrimonio cultural, histórico, arqueológico y monumental hacen que el turismo, aunque no se considere el principal motor de la economía, poco a poco se ha ido desarrollando cada vez más. La **gastronomía** también cobra una importancia en estos municipios, ya que va acompañada de los mejores vinos de la tierra y sobre todo del aceite de oliva virgen con Denominación de Origen.

### 3.2. ANÁLISIS DE LAS WEB OFICIALES VINCULADAS A LA EXPLOTACIÓN TURÍSTICA DE LOS PARQUES NATURALES DE ANDALUCÍA.

#### 3.2.1. Introducción. Variables a estudiar

En primer lugar, destacar que estas web oficiales que vamos a analizar se clasifican en tres grupos:

Por una parte, **existen dos páginas web a escala autonómica Andalucía, las cuales pertenecen a la Junta de Andalucía**. En ellas, nos extenderemos un poco más porque son las páginas que recogen una información más ampliada sobre todos y cada uno de los parques.

Luego están las páginas a **nivel provincial**, o sea las de cada una de las **8 Diputaciones Provinciales**, y por último aquellas que se refieren a los **Grupos de Desarrollo Rural**, también de la Junta de Andalucía. Dentro de estas últimas, la escala de algunas de ellas es **comarcal** y las de otras se delimita en la **figura del Parque Natural**, englobando sus municipios pertenecientes, por lo que el grupo de páginas web a analizar en este caso, es mucho más amplio que los anteriores.

#### a) Variables analizadas

Para su análisis, nos hemos ayudado como en el punto anterior, de unas variables que tienen que ver tanto con las características y estructura de las páginas, con el contenido informativo que muestran para ayudar a los visitantes a realizar planes de visita o simplemente para el propio conocimiento del

parque, así como variables que nos sirven para ver el posicionamiento SEO de las páginas, su presencia en las redes sociales y su versión móvil, es decir, comprobar si existe una aplicación (app) para los móviles. Es muy importante también la comercialización que se le da a las empresas de carácter turístico dentro de esas páginas.

<b>Cuadro 7. Variables estudiadas en el análisis de las Webs vinculadas al aprovechamiento turístico de los Parques Naturales de Andalucía</b>								
	ESCALA		ESTRUCTURA WEB					
	ESCALA	IMÁGENES	CÓMO LLEGAR	MARCA TURÍSTICA/ LOGO	INFORMACIÓN DEL DESTINO	CONTACTO/EMAIL	ACCESIBILIDAD	ENLACES DE INTERÉS Y NOTICIAS
WEBS OFICIALES DE LOS PARQUES (JUNTA DE ANDALUCÍA)								
WEBS OFICIALES DE LAS DIPUTACIONES PROVINCIALES								
WEBS DE LOS GRUPOS DE DESARROLLO RURAL								
	INFORMACIÓN WEB							
	INFO. PARQUE	INFO. NATURALEZA	CONDICIONES DE ACCESO	MAPAS	GUÍA PARA LA VISITA	INFRAESTRUCTURAS	ACTIVIDADES	PUNTOS DE INTERÉS
WEBS OFICIALES DE LOS PARQUES (JUNTA DE ANDALUCÍA)								
WEBS OFICIALES DE LAS DIPUTACIONES PROVINCIALES								
WEBS DE LOS GRUPOS DE DESARROLLO RURAL								
	IDIOMAS				COMERCIALIZACIÓN - EMPRESAS			
	ESPAÑOL	INGLÉS	FRANCÉS	ALEMÁN	OTROS	ALOJAM.	T. ACTIVO	RESTAURACIÓN
WEBS OFICIALES DE LOS PARQUES (JUNTA DE ANDALUCÍA)								
WEBS OFICIALES DE LAS DIPUTACIONES PROVINCIALES								
WEBS DE LOS GRUPOS DE DESARROLLO RURAL								
	PRESENCIA EN REDES SOCIALES				WEB APP		POSICIONAMIENTO	
	FACEBOOK	TWITTER	YOUTUBE	OTROS	EXISTENCIA	CONTENIDO	GOOGLE	BING
WEBS OFICIALES DE LOS PARQUES (JUNTA DE ANDALUCÍA)								
WEBS OFICIALES DE LAS DIPUTACIONES PROVINCIALES								
WEBS DE LOS GRUPOS DE DESARROLLO RURAL								

Fte. Elaboración propia

Figura 2. Es realmente una imagen del cuadro nº7 ya que no cabe en su totalidad. Muestra las diferentes variables que hemos utilizado para hacer el análisis web de las páginas oficiales.

## b) Resultados y medición de las variables

Para analizar estas variables y hacer un estudio que nos permita llegar a ciertas conclusiones, esta vez no nos vamos a basar solamente en una escala numérica en función de los datos obtenidos. Estas variables son más explicativas, ya que al fin y al cabo se entienden como “prestaciones” que se dan en las web. Por lo tanto, lo que haremos será hacer un análisis práctico (método de conteo), es decir, ver la presencia que tienen en cada una de las webs las variables y así comprobar si se muestran todas o no.

Este análisis de variables va a ser el mismo para cada grupo de páginas, pero a la hora de hacer una interpretación de los resultados, lo vamos a hacer de una manera distinta en cada grupo ya que como la escala de cada uno es diferente, habrá que analizar los resultados de una manera que nos sirva para comparar las webs tanto dentro de su mismo grupo, como fuera de éste:

- **Páginas web oficiales de la Junta de Andalucía:** Como son a escala autonómica y por lo tanto son más completas, la interpretación de resultados va a ser de forma descriptiva, es decir, haciendo una descripción de la web en sí, basándonos solamente en si el contenido de la página y su estructura cuentan con las variables que hemos señalado. A simple vista una interpretación de este tipo puede resultar un poco básica, pero es necesario recalcar que en este caso un análisis descriptivo nos sirve, ya que lo que estamos intentando ver es la funcionalidad de la web, así como su eficacia.
- **Páginas web oficiales de las Diputaciones Provinciales (Patronato de Turismo):** Al ser 8 páginas distintas, para ver el análisis de cada una de forma clara, lo que haremos será dar valores del 1 al 5 (según presencia en la web) a cada de una de las variables, por lo que crearemos una tabla con todas ellas e interpretaremos la información de la tabla en un gráfico de columnas para que se vea bien la diferencia.
- **Páginas web oficiales de los Grupos de Desarrollo Rural:** Nos han salido casi 40 páginas que incluyen a los municipios pertenecientes a los parques en comarcas, haremos un análisis más generalizados de dichas páginas, ya que ni siquiera son páginas de carácter turístico, por lo que nos limitaremos a describir las que tienen más información de los parques naturales.

En el caso de que todas las variables estén presentes y de una manera extendida, significará por un lado, que la página web hace una correcta promoción de lo que ofrece, ya que toda la información de las variables está enfocada a que se dé a conocer un destino turístico por medio de una web.

En esta memoria el objeto principal de estudio son los parques naturales, por lo que si trasladamos esa explicación a nuestro terreno: La presencia de todas las variables en la web, no sólo significará que la **promoción** a los parques es eficaz, sino que también nos indicará que ésta cuenta con un **contenido tan completo**, que servirá para dotar al que la visita de toda la información que se necesitaría si en un momento dado estuviese interesado en visitar cualquiera de los 24 Parques Naturales. Y está información pasa por todos los ámbitos que se tienen en cuenta a la hora de hacer un viaje: Alojamiento, transporte, puntos de interés, qué actividades se pueden realizar, qué empresas hay para cubrir esa demanda, dónde comer, qué rutas existen, cómo llegar al destino... etc.

Además, en el caso de que una página tenga presente la variable **“COMERCIALIZACIÓN-EMPRESAS”** porque veamos que las empresas la utilicen de canal de venta o de mero intermediario, significará que la web también es un escaparate de cara a los futuros visitantes, por lo que en este caso, promoción del destino turístico en la web se vuelve a hacer presente ya

que en todo momento ayudará a la captación de clientes, uno de los objetivos principales. Es por lo tanto, por lo que también analizaremos la capacidad de las webs para hacer decidirse a visitar el parque natural o uno de sus municipios, a una persona que lo tuviera en mente en un momento dado.

### 3.2.2. Análisis de las webs oficiales vinculadas a la explotación turística de los Parques Naturales de Andalucía.

En primer lugar, recordar que sólo vamos a analizar las páginas webs que son **oficiales**. Vamos a hacerlo de esta manera porque lo que queremos comprobar es la eficacia que tiene una web de carácter oficial en la promoción y venta de los parques naturales como destinos turísticos.

De los 3 grupos de webs, en primer lugar, analizaremos las webs con escala autonómica vinculadas a la Junta de Andalucía. Ambas pertenecen a este órgano, sólo que una de ellas (Web Oficial de Turismo de Andalucía) está delegada a la Conserjería de Turismo y Comercio, y la otra (Ventana del Visitante de los Espacios Naturales), lo está a la Conserjería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio.

### Web Oficial de Turismo de Andalucía – [www.andalucia.org](http://www.andalucia.org)



Figura 3. Página de inicio de la web oficial de turismo de Andalucía

Como su propio nombre indica, es la página web más completa en cuanto a todo lo que se refiere al **turismo de Andalucía**. Es una página enfocada sobre todo a todas las personas que quieran visitar esta comunidad, ya que con sólo visitarla, puedes organizar tu viaje sin que tengas la necesidad que consultar otra fuente de información o de utilizar otro canal de venta. Está traducida en 3 idiomas distintos (inglés, francés y alemán), aparte del español.

Por su parte, la web está organizada por apartados, 3 en concreto: **“Así es Andalucía”**, que detalla toda la información sobre cómo es la comunidad, destinos, situación geográfica, cultura, historia, ferias y fiestas según las estaciones del año, información multimedia, noticias, enlaces de interés y toda la información práctica referente a horarios, transportes... etc.; el segundo apartado **“Qué te ofrecemos”**, como su nombre indica, muestra todos los “recursos turísticos” que tiene esta comunidad y que puede ofrecer a los visitantes: Playas, Golf, Cultura, Salud y Belleza, Cruceros, Gastronomía... Uno de estos subapartados es **“Naturaleza”** y es aquí donde vamos a centrar el análisis de esta web, ya que en este apartado todas las figuras de protección ambiental se encuentran explicadas y detalladas de manera que la propia página web da a conocer todos los enclaves naturales y además los promociona turísticamente. Por último, en el tercer apartado **“Organiza tu viaje”**, la página deja de ser meramente informativa para convertirse en una especie de “central de reservas” que permite a sus visitantes por ejemplo comprar un vuelo para Andalucía desde cualquier parte del mundo, comparando a su vez precios. Posible es también, reservar un hotel siempre que veamos el link “Reserva hotel”, que nos llevará directamente a portales de reservas como Kayak, TripAdvisor o Trivago. Además, el botón “ofertas y experiencias” se encarga mostrar paquetes turísticos a precios especiales, que ponen a la venta distintas empresas, diferenciados por tipología de viaje y segmentos. O sea, que al fin y al cabo, la página también sirve como escaparate y medio intermediario de las empresas turísticas que ofrezcan aquí sus productos. Otras de las potencialidades de este apartado es que con sólo poner el número de jugadores y la fecha, nos lleva directamente a una página de reservas de partidas de golf en España. Por último, este apartado también nos ofrece una búsqueda de restaurantes de Andalucía por tipo de cocina y precio, y una vez dentro de la búsqueda nos detalla todos los datos para contactar con el restaurante y hacer una reserva.

Está claro que una página así es completamente necesaria tanto como para darle promoción a un destino y ayudar a popularizar aquellos segmentos de mercados que por una cosa o por otra no están tan desarrollados como los segmentos de turismo tradicional. En el caso de los Parques Naturales de Andalucía, si empezamos analizando el contenido informativo de la web en la pestaña **“Naturaleza” y “Parques Naturales”**, podemos comprobar que para cada uno de los parques, la página hace una descripción generalizada sobre el tipo de paisaje que vamos a encontrar, su flora, fauna, puntos de interés...etc. En cuanto a las imágenes presentadas son muy descriptivas y características del tipo de ecosistema que encontramos. En cada uno de los parques se da la misma estructura web, primero el texto con la descripción más los municipios pertenecientes. Si pinchamos en cualquiera de ellos, una nueva pestaña nos llevará al apartado en que todos los municipios están detallados de forma general, con una pequeña descripción, un mapa, la posibilidad de encontrar en cada municipio alojamientos, restaurantes, visitas culturales y un largo etc, así como hasta poder consultar el tiempo meteorológico que va a hacer.

Luego hay una pequeña sección que nos muestra las **actividades** que se pueden realizar en el parque (tipos de deporte y actividades basadas en la naturaleza prácticamente). Si pinchamos en cualquier actividad, se nos abrirá otra pestaña que nos explica este tipo de actividad, dónde se puede practicar, recomendaciones y precauciones así como la ropa que usar. Al final de esta parte se nos da información general, como por ejemplo la temporada en la que se puede practicar, y lo más importante, todos los parques naturales en los que está actividad es idónea para su práctica.

Debajo de esta parte, otra sección nos indica los **puntos de interés** que podemos visitar dentro del parque, ya sean miradores, observatorios o cualquier otro monumento o espacio de interés.

En cada uno de los parques también encontramos un enlace que nos lleva al **Centro de Visitantes** del parque, nos da información sobre la dirección del mismo, un mapa de cómo llegar, la accesibilidad que tiene, etc.

Tras esto, nos vienen todas las empresas de actividades que se pueden realizar en el entorno con el número total. Si pinchamos en ese número se despliegan los nombres de dichas empresas.

Llegando casi al final, se muestran los **servicios e infraestructuras** que encontramos, a modo de iconos con un dibujo significativo dependiendo de la infraestructura que sea. Al pinchar en cada uno de estos iconos, se abre una nueva pestaña que nos lleva a una lista con todos los parques que también cuenten con esta infraestructura. Aparte de los servicios e infraestructuras también se nos muestra toda la información de contacto (teléfono, email). A continuación no aparecen enlaces externos a redes sociales como Facebook o Youtube. Hablando de las redes sociales, la página en sí también hace uso de las **redes sociales** y tiene una amplia presencia en ellas. En el inicio de la web podemos ver los enlaces que nos llevan hasta las redes sociales Facebook, Twitter, Instagram o Youtube. Aparte de otras como Google+.

Aunque, en el apartado de los parques, las redes sociales tienen un uso más limitado. Sólo se usa mucho la red social Facebook tanto para seguir dando promoción a cada uno de los parques como también para anunciar eventos y compartir luego las fotos y experiencias con todos los seguidores. Cada parque tiene un perfil en esta red y más o menos la información que se muestra es del mismo tipo: noticias, promoción de eventos, consejos, fotos de alguna jornada de una actividad que se haya dado en el parque en alguna época del año... etc.

Los distintos **senderos** de cada parque se encuentran explicados tras este apartado de redes sociales. Están presentados en una lista donde al pinchar en cada uno, se despliega como una ficha con una descripción del mismo, su longitud, duración, dificultad y cómo llegar.

Por último, abajo del todo, se encuentra un mapa que sirve tanto para mostrar cómo llegar al parque como para señalar los siguientes 17 ítems dentro del mismo: Playas, compras, parques de ocio, campos de golf, ofertas y



experiencias, deporte, salir de noche... De este modo el mapa nos señala todas las opciones tanto culturales como recreativas que podemos encontrar dentro del parque natural y sus municipios.

Es cierto que esta página web es completa en cuanto al contenido que enseña sobre los Parques Naturales (información web). Todas las variables de nuestro cuadro están presentes, aunque no todas están explicadas de la misma manera, algunas secciones proporcionan una información un poco pobre o incompleta. En cuanto a la **estructura web**, nuestras variables del cuadro de arriba también se muestran de una manera u otra en ella. El fallo es quizás la estructura en sí de la página: No está nada clara, definida y ni mucho menos ordenada. Deberían especificarse un poco más los apartados, e intentar englobar en todos ellos la información que más o menos es de la misma tipología, como por ejemplo el caso de las empresas de turismo activo y las actividades deportivas o también de los senderos, ya que de la manera en la que está presentada puede resultar un poco liosa. Además, las secciones deberían estar un poco más esquematizadas, de manera que se puedan ver todas ellas de una forma más clara y vistosa. Este “error” en el formato y diseño no va a provocar que la página se promocione menos ni que obtenga menos visitantes, pero puede que resulte un poco liosa a la hora de ayudar a cualquier visitante futuro a buscar información para hacer un planning de la visita, al igual que sucede con esas secciones que no están bien explicadas del todo.

Por su parte, al estar en 4 idiomas distintos, es una web que está abierta a otras fronteras. Con el botón de “Reservar Hotel”, como hemos visto, permite directamente acceder a una agencia online para reservar el hotel, por lo esto reafirma la importancia y sobre todo la influencia que tiene el **e-commerce** en la venta de productos turísticos cada vez en mayor proporción.

Para finalizar nuestro análisis, añadiremos que la página web no tiene ninguna presencia en las “**Web App**”. Sólo existe una aplicación que es del turismo en Andalucía pero su gestión no es de esta página web, si no que es de una agencia de viajes que utiliza la app como canal online de ventas.

**Web “Ventana del Visitante de los Espacios Naturales –  
www.ventanadelvisitante.es**



En este caso, analizaremos la página web de la Conserjería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio. Esta web titulada como vemos arriba, se describe como una página dedicada a la planificación de las visitas a los espacios naturales de Andalucía, por lo que nos va a proporcionar toda la información actualizada sobre el entorno.

En el caso de los Parques Naturales de Andalucía, esta página resulta muy útil para los turistas a la hora sobre todo de sacar información sobre las rutas, infraestructuras de uso público y puntos de interés que van a necesitar para su visita. A diferencia de la Web de Turismo de Andalucía, esta página se basa no tanto en promocionar los parques naturales sino en facilitar la visita a los futuros visitantes y dar a conocer información necesaria para el disfrute del uso público que se le puede dar a los parques.

La página se muestra solamente en español e inglés, cosa que muestra que está más limitada que primera que hemos analizado.

En la página de inicio podemos ver 3 enlaces que nos dirigen hasta el “gros” de la web, “**Guía para la visita**”; “**Actividades programadas**”; “**Folleto y publicaciones**”, aparte de otros 3 más que se encuentran situados justo a la izquierda de la web, enlaces que son de menor interés y enfocados sobre todo a mostrar una información complementaria: “Sugerencias del mes”; “Enlaces de Interés”; “Noticias”. El primero de ellos tiene que ver con información relativa a las recolecciones y actividades de este tipo que se dan a lo largo de año, por lo que cuando es el tiempo de alguna la página publica un link con toda la información relativa a la actividad que sea. El segundo, como su nombre dice, nos lleva a una pestaña en la que aparecen una serie de enlaces que tienen que ver con el tema de la naturaleza, el medio ambiente y sobre todo con los parques naturales. Una de ellas da acceso a la página no oficial de parques naturales [www.andalucianatural.com](http://www.andalucianatural.com), en la que también podemos encontrar información descriptiva de todos los parques así como de sus explotaciones económicas. Y el último enlace, “Noticias” nos lleva a todas

aquellas que están relacionadas con los parques así como con algunas actividades o jornadas que se vayan a llevar a cabo próximamente.

Una vez que hemos visto los links de información complementaria nos meteremos ahora en los principales. El primero de ellos (“Guía para la visita”), al pinchar, nos lleva a un mapa de Andalucía donde todos los parques están señalados con un icono. El mapa permite acercarse hasta los parques de manera que al pinchar en cualquiera de ellos nos abra una mini ventana con el nombre del parque titulada “Ver ficha”. Tanto si pinchamos ahí como si ponemos el nombre del parque en la búsqueda, nos va a salir una descripción del parque de primeras, luego una ficha técnica del mismo y a continuación algunas recomendaciones y consejos englobados con el título “No te vayas sin ver...”. En cada uno de los parques además, la página permite hacer una evaluación sobre 5 en función del contenido de la web.

Dentro de esta sección también, encontramos un menú a la izquierda, que bajo el logotipo de cada parque, muestra distintos enlaces para pinchar bajo estos títulos:

- **Mapa:** Vuelta al mapa anterior
- **Equipamientos de información:** Vuelve a salir el mapa en el centro y los equipamientos de información a la derecha, que también se encuentran señalizados en el mapa.
- **Senderos:** Igual que en el punto anterior, mapa señalado y una lista con todos los senderos que hay en el parque caracterizado por nombre y municipio donde se encuentran.
- **Otros equipamientos:** El formato es el mismo pero esta vez nos sale una lista para marcar con un “tick” los equipamientos de uso público que queremos buscar para que nos salgan detallados y señalizados en el mapa.
- **Actividades:** Este enlace nos lleva a una página con la descripción de las actividades que realizar, las fiestas y tradiciones de la zona y el programa de visitas. Por otra parte, al final del todo una tabla nos detalla los distintos datos de contacto de empresas que comparten la marca “Parque Natural de Andalucía”, empresas que son de distinto tipo.
- **Fotografías/publicaciones:** Tanto fotografías del parque como publicaciones de artículos, guías, revistas, “cuadernos geológicos”...etc.

Vemos por lo tanto, que las variables de “**información web**” están todas además de presentes, muy bien resueltas, la información es bastante completa y detallada, mucho más que en la página web de Turismo de Andalucía.

Por su parte, en el segundo enlace que encontramos en la página principal es el de “Actividades programadas”. Este enlace vuelve a ser

completo y sobre todo útil, ya que nos muestra el programa completo de actividades que se dan en cada espacio natural.

Bajo el nombre de “**Programa de Visitas**”, nos encontramos 8 apartados distintos en los que se muestran tanto actividades para todos los públicos, dirigidas a centros educativos, talleres y celebraciones ambientales, actividades también dedicadas a que la población conozca la riqueza de los espacios ambientales y el impacto que puede tener la “interferencia humana” en el medio ambiente. Algunos de estos apartados dan el link para pinchar en [www.reservatuvisita.es](http://www.reservatuvisita.es), un portal también de la Junta de Andalucía cuyo objetivo es ofrecer una información más detallada de todas las actividades que se realizan en todos los espacios naturales de Andalucía, así como el poder reservar dichas actividades desde esta web, consultando disponibilidad, programación, recomendaciones, horarios, precios, fechas de la actividad y cómo llegar al destino. El resto de apartados de esta página, en concreto 2, se basan en otras actividades y concursos y convocatorias que tienen que ver con los espacios naturales.

Por último, el tercer enlace dentro de la página principal, “Folletos y publicaciones”, que como su nombre indica, se limita a dar información sobre toda aquella publicación que tenga que ver con alguno de dichos espacios.

Esta página web es quizás menos promocional que la anterior, pero mucho más informativa. Hace un uso menor de redes sociales ya que sólo está presente en Facebook y Twitter donde la presencia es meramente informativa, no promocional. Tiene servicio RSS, es decir, que activándolo puedes tener toda la información actualizada al instante. De lo que carece, como la Web de Andalucía, es de Web App. Tampoco es una página que sirva para comercializar los productos, ya que directamente no ofrece ninguno. La web va destinada a dar a conocer los parques naturales desde dentro.

Este análisis que acabamos de ver de las dos páginas a nivel autonómico resultaría un poco incompleto si no atendemos al posicionamiento en **Google y Bing** de ambas web, ya que si las páginas tienen un buen posicionamiento en cada uno de los buscadores, significará que son bastante visitadas. Con el objetivo de ver el posicionamiento de ambas web cuando se refieren a los parques naturales, hemos escrito en cada uno de los buscadores el nombre completo de cada uno de los parques, por ejemplo: Parque Natural Sierra de las Nieves, para ver en qué posición se encuentran. Los resultados han sido los siguientes:

<b>Cuadro 8. Posicionamiento de la Web Oficial de Turismo de Andalucía en Parques Naturales en Google y Bing</b>		
<b>PARQUE NATURAL</b>	<b>Google</b>	<b>Bing</b>
P.N. Bahía de Cádiz	5	5
P.N. Cabo de Gata-Níjar	7	6
P.N. Del Estrecho	6	7
P.N. Despeñaperros	4	5
P.N. Doñana	4	4

P.N. La Breña y Marismas del Barbate	2	3
P.N. Los Alcornocales	6	7
P.N. Montes de Málaga	5	6
P.N. Sierra de Andújar	4	6
P.N. Sierra de Aracena y Picos de Aroche	7	4
P.N. Sierra de Baza	4	5
P.N. Sierra de Cardeña y Montoro	5	7
P.N. Sierra de Castril	6	4
P.N. Sierra de Grazalema	4	3
P.N. Sierra de Hornachuelos	6	2
P.N. Sierra de Huétor	5	3
P.N. Sierra de las Nieves	4	9
P.N. Sierra Mágina	6	7
P.N. Sierra María-Los Vélez	6	8
P.N. Sierra Nevada	7	6
P.N. Sierra Norte de Sevilla	5	5
P.N. Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas	5	7
P.N. Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama	7	4
P.N. Sierras Subbéticas	4	8

Fte. Elaboración propia

<b>Cuadro 9. Web "Ventana del Visitante de los Espacios Naturales" en Parques Naturales en Google y Bing</b>		
<b>PARQUE NATURAL</b>	<b>Google</b>	<b>Bing</b>
P.N. Bahía de Cádiz	1	8
P.N. Cabo de Gata-Níjar	1	6
P.N. Del Estrecho	1	14
P.N. Despeñaperros	1	8
P.N. Doñana	1	10
P.N. La Breña y Marismas del Barbate	1	4
P.N. Los Alcornocales	1	7
P.N. Montes de Málaga	1	6
P.N. Sierra de Andújar	1	9
P.N. Sierra de Aracena y Picos de Aroche	1	13
P.N. Sierra de Baza	1	7
P.N. Sierra de Cardeña y Montoro	1	5
P.N. Sierra de Castril	1	8
P.N. Sierra de Grazalema	2	1
P.N. Sierra de Hornachuelos	1	9
P.N. Sierra de Huétor	1	7
P.N. Sierra de las Nieves	1	6
P.N. Sierra Mágina	1	9
P.N. Sierra María-Los Vélez	1	7
P.N. Sierra Nevada	1	5
P.N. Sierra Norte de Sevilla	1	4
P.N. Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas	1	6
P.N. Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama	1	9
P.N. Sierras Subbéticas	1	7

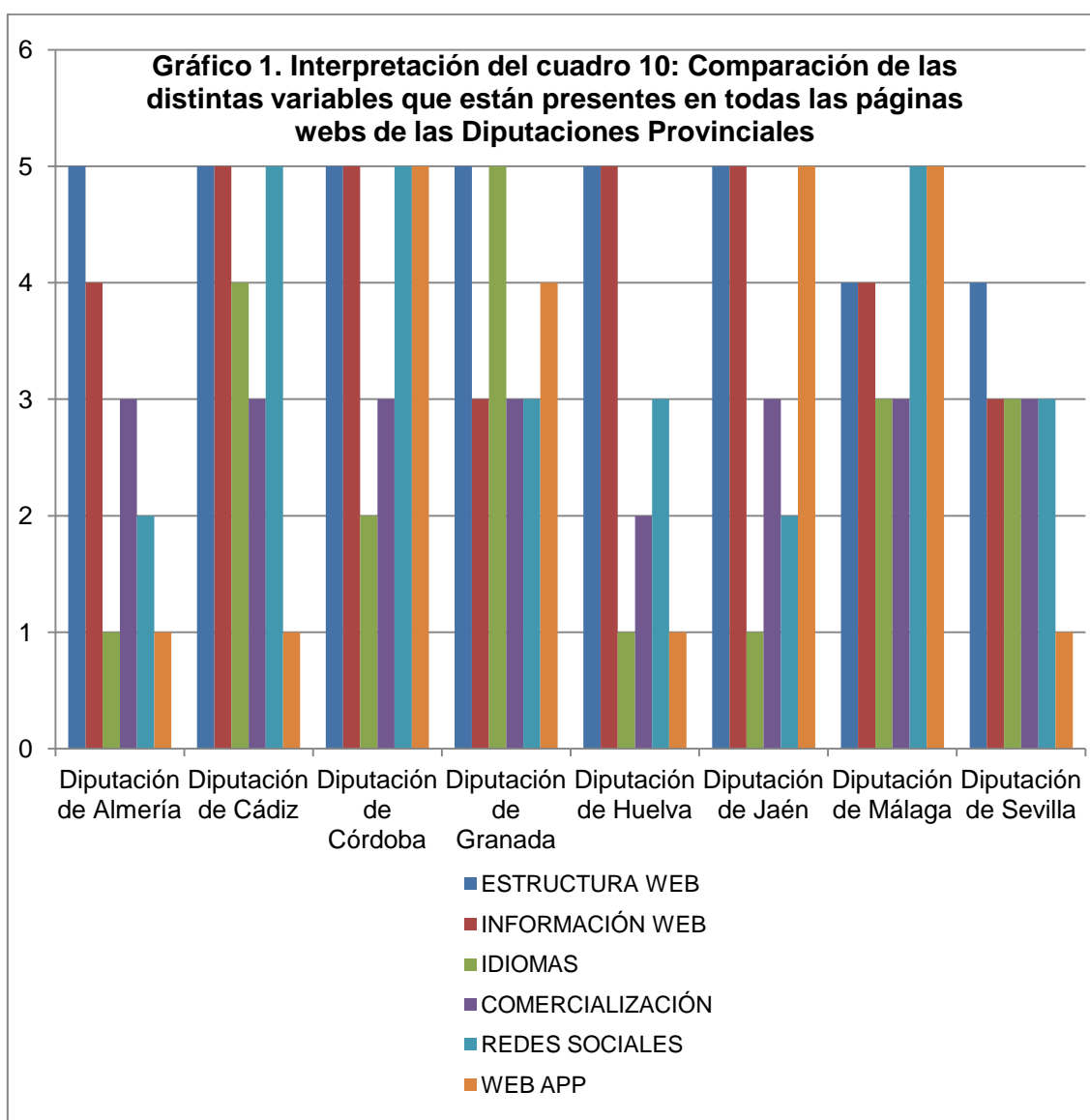
Fte. Elaboración propia

Una vez que hemos analizado las dos páginas webs oficiales de la Junta de Andalucía, vamos a centrarnos en el análisis de las webs de las **Diputaciones Provinciales, de los Patronatos de Turismo.**

En primer lugar mostraremos la tabla con las variables puntuadas del 1 al 5, donde el 1 significará que esa variable no está representada en la página o que en el caso de que sí esté representada, el contenido es pobre o poco explicativo. Hemos puesto 1 cuando a lo mejor debería de ser 0, pero si ponemos un 1 se verá mejor luego en la interpretación gráfica del cuadro. El 5 por el contrario, nos querrá decir que el contenido está muy representado y es muy completo de acuerdo con las “subvariables” que se han analizado dentro de las 6 variables principales.

<b>Cuadro 10. Variables puntuadas del 1 a 5 en función de su presencia y contenido en las distintas páginas webs de las Diputaciones Provinciales</b>						
	<b>ESTRUCTURA WEB</b>	<b>INFORMACIÓN WEB</b>	<b>IDIOMAS</b>	<b>COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>REDES SOCIALES</b>	<b>WEB APP</b>
<b>PÁGINA WEB</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>					
<b>Diputación de Almería</b>	5	4	1	3	2	1
<b>Diputación de Cádiz</b>	5	5	4	3	5	1
<b>Diputación de Córdoba</b>	5	5	2	3	5	3
<b>Diputación de Granada</b>	5	3	5	3	3	5
<b>Diputación de Huelva</b>	5	5	1	2	3	1
<b>Diputación de Jaén</b>	5	5	1	3	2	3
<b>Diputación de Málaga</b>	4	4	3	3	5	5
<b>Diputación de Sevilla</b>	4	3	3	3	3	1

Fte. Elaboración propia



Fte. Elaboración propia

A partir de este gráfico podemos sacar algunas conclusiones sobre la presencia de las variables en las páginas webs de las diputaciones andaluzas:

En cuanto a la variable de Estructura web, hay que señalar que todas las páginas webs presentan una estructura que contiene todas las variables que hemos señalado aquí. Algunas como las webs de Granada y Huelva son especialmente vistosas y llamativas ya que cuentan con un alto contenido multimedia de fotos, vídeos y sonidos. En cambio otras, como las de Málaga y Sevilla, presentan una estructura menos clara donde por ejemplo existe una ausencia de información referente al destino en sí. Es por eso por lo que tienen un 4 en la puntuación.

La variable “**información web**” por su parte, sí presenta más heterogeneidad en las distintas páginas provinciales: En la web de **Almería**, la información referente a lo que son los parques naturales es escasa, aunque sí

muestra de una manera detallada todas las actividades que se pueden realizar en los espacios naturales: *Deportes náuticos*, *Almería activa* y *Almería golf*. Lo mismo sucede en la web de Málaga y Granada, que muestran una información muy completa en cuanto a todas las rutas a realizar y todos los deportes y actividades en la naturaleza que se pueden realizar, pero no muestran información en general de los parques, ni tampoco descripciones de los mismos. La de **Cádiz**, es una de las más completas: Cuenta con una información muy precisa de cada uno de los Parques Naturales pertenecientes a la provincia, dando la posibilidad de crear hasta un “Cuaderno de Viaje” para imprimirlo en PDF y poder realizar ahí todas las anotaciones que nos hagan falta para la visita. La web de la diputación de **Córdoba** también: Proporciona información de todo tipo, y la que es de los Parques Naturales es una de las más descriptivas, una información muy útil. La página del Patronato de **Granada**, también cuenta con la posibilidad de hacer un cuaderno de viaje llamado “Mi Granada”, donde se puede incluir toda la información sobre turismo rural, cultural y activo. La de **Huelva** es una de las más peculiares. Aparte de por su estructura web, aunque tiene un menú principal bastante sencillo, los contenidos son muy descriptivos. Por ejemplo, en la parte de naturaleza, hay una guía para descargar en PDF completísima a la hora de dar a conocer los parques naturales. La web de **Jaén** también tiene mucha información sobre los parques y el turismo activo, con todas las oportunidades que ofrece. Y por último, en cuanto a información web, tanto **Málaga** como **Sevilla** presentan una información sobre rutas y senderos y casi todo lo que tiene que ver con los espacios naturales, aunque la información de los parques en sí es más reducida.

Los idiomas de las webs también son diferentes de una a otra: En la de Almería, Huelva y Jaén sólo está en Español, mientras que en la de Granada está en Inglés, Francés, Alemán, Italiano, Portugués, Ruso, Chino y Japonés, aparte de los 3 dialectos del castellano: Catalán, Euskera y Gallego. El resto suelen estar traducidas solamente a Inglés y Alemán y como mucho en Francés también.

En cuanto a la comercialización en este tipo de páginas webs a escala provincial, hay que señalar que en ninguna de ellas es utilizada como canal de venta como sucedía con la página Web de Turismo de Andalucía. En este caso, las páginas proporcionan una búsqueda de alojamientos o de restaurantes poniendo a disposición del cliente todos los datos para que se pueda contactar directamente. En algunas webs como las de la diputación de Cádiz, una vez que realizamos la búsqueda de algún alojamiento o restaurante, la página nos muestra su puntuación en TripAdvisor y nos muestra en un mapa cómo llegar al sitio. Tienen todas un 3 en la puntuación porque aunque no comercializan ellas nada directamente, sí ponen a disposición del cliente las distintas empresas (alojamiento, restauración, agencias de viajes, empresas complementarias... etc).

Las redes sociales siempre están presentes en todas las páginas. Facebook y Twitter están en todas y vídeos de Youtube también se muestran la mayoría, mientras que por otro lado la red social Instagram sólo está



presente en la de Cádiz y Granada. La de Málaga también cuenta con un canal RSS.

Por último, señalar que tampoco todas cuentan con **Web App** (aplicación de la página para sistemas operativos de móviles). Una Web App muy útil y novedosa es la que lleva la diputación de Málaga, “Málaga en tu bolsillo”, que es una guía turística pero en versión muy moderna: Permite identificar cada punto turístico de todos los municipios de la provincia de Málaga de manera interactiva, con vídeos, audioguías y con la opción de compartir todas las experiencias sociales. Otra Web App interesante desde el punto de vista del turismo en los parques naturales es la de la diputación de Jaén “Bosques del Sur”, aplicación móvil *“diseñada para los senderistas y cicloturistas que recorran el Gran Sendero 247 Bosques del Sur, que consta de 478 kilómetros divididos en 21 etapas”*. El llamado “Gran Sendero” recorre las Sierras de Cazorla, Segura y las Villas, por lo que los que la tengan podrán disponer de todos los mapas y cartografía para ayudarse a la hora de realizar alguna consulta, además de poder también compartir la experiencia en las redes sociales. La diputación de Granada también lleva a cabo la aplicación Granada Tour App, con los contenidos de la web: Puntos de interés, museos, monumentos, iglesias, alojamientos, restaurantes...etc.

El resto de aplicaciones móviles, aunque están presentes en las páginas, no son realmente Web App porque el contenido de la App no tiene casi nada que ver con la página web: En la página de la diputación de Córdoba tenemos distintas aplicaciones para los móviles como “VirTimePlaces”, una aplicación que permite dar “paseos virtuales” por famosos monumentos cordobeses como la Mezquita, Medina Azahara y la Córdoba Romana. Otra aplicación es Mipueblo.shop, que te mantiene informado sobre las fiestas y los eventos culturales y deportivos. En Granada existe también otra que no es de la diputación que ofrece información de la Alcazaba en francés y alemán.

En definitiva, acabamos de ver que las páginas webs de las diputaciones también son muy completas en cuanto a la información de los Parques Naturales que contienen, en la gráfica podemos ver que las páginas en las que más veces se repite la puntuación 5, son las de Cádiz, Córdoba y Jaén. Aunque volvemos a mencionar, que todas ellas son bastante buenas, saben promocionar bien el destino y sobre todo facilitar información del mismo.

Entrando en la recta final, y para terminar el análisis de las webs oficiales, a continuación y una vez que tenemos también terminado el análisis a nivel provincial, bajamos a la última escala que vamos a ver: Las páginas de los Grupos de Desarrollo Rural. Este colectivo también pertenece a la Junta de Andalucía: **Son un total de 52 Grupos de Desarrollo Rural (GDR)** en Andalucía y éstos son *“entidades colaboradoras de la Conserjería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía que aplican en sus comarcas las políticas de desarrollo rural”*. De las que son de los municipios nos han salido casi 40, y muchas de ellas no tienen nada que ver con el aprovechamiento turístico de los parques naturales. A continuación

describiremos en general las que presentan una información que se asemeja más a las variables que venimos analizando:

COD_PARQUE	WEBS DE LOS GRUPOS DE DESARROLLO RURAL		
1	P.N. Bahía de Cádiz	Grupo de Desarrollo Rural Campiña de Jerez (sólo	<a href="http://www.jerezrural.com">www.jerezrural.com</a>
2	P.N. Cabo de Gata-Níjar	Grupo de Desarrollo Rural del Levante Almeriense	<a href="http://www.levantealmeriense.org">www.levantealmeriense.org</a>
3	P.N. Del Estrecho	Grupo de Desarrollo Rural del Litoral de la Janda	<a href="http://www.jandalitoral.org">www.jandalitoral.org</a>
4	P.N. Despeñaperros	Grupo de Desarrollo Rural de la Campiña Norte de	<a href="http://www.prodecan.es">www.prodecan.es</a>
5	P.N. Doñana	Grupo de Desarrollo Rural de la Costa Noroeste de	<a href="http://www.adrcostanoroeste.es">www.adrcostanoroeste.es</a>
5	P.N. Doñana	Grupo de Desarrollo Rural del Condado de Huelva	<a href="http://www.gdradercon.com">www.gdradercon.com</a>
5	P.N. Doñana	Grupo de Desarrollo Rural Aljarafe - Doñana	<a href="http://www.adad.es">www.adad.es</a>
6	P.N. La Breña y Marismas del Barbate	Grupo de Desarrollo Rural del Litoral de la Janda	<a href="http://www.jandalitoral.org">www.jandalitoral.org</a>
7	P.N. Los Alcornocales	Grupo de Desarrollo Rural de Los Alcornocales	<a href="http://www.gdralcornocales.org">www.gdralcornocales.org</a>
7	P.N. Los Alcornocales	Grupo de Desarrollo Rural Campiña de Jerez (sólo	<a href="http://www.jerezrural.com">www.jerezrural.com</a>
7	P.N. Los Alcornocales	Grupo de Desarrollo Rural de la Serranía de Ronda	<a href="http://www.cederserraniaderonda.com">www.cederserraniaderonda.com</a>
8	P.N. Montes de Málaga	Grupo de Desarrollo Rural de la Axarquía	<a href="http://www.cederaxarquia.org">www.cederaxarquia.org</a>
9	P.N. Sierra de Andújar	Grupo de Desarrollo Rural de la Campiña Norte de	<a href="http://www.prodecan.es">www.prodecan.es</a>
10	P.N. Sierra de Aracena y Picos de Aroche	Grupo de Desarrollo Rural de la Sierra de Aracena y	<a href="http://www.gdrsaypa.es">www.gdrsaypa.es</a>
11	P.N. Sierra de Baza	Grupo de Desarrollo Rural de Guadix	<a href="http://www.comarcadeguadix.com">www.comarcadeguadix.com</a>
11	P.N. Sierra de Baza	Grupo de Desarrollo Rural Altiplano de Granada	<a href="http://www.altiplanogranada.org">www.altiplanogranada.org</a>
12	P.N. Sierra de Cardeña y Montoro	Grupo de Desarrollo Rural de los Pedroches (sólo	<a href="http://www.pedroches.org">www.pedroches.org</a>
12	P.N. Sierra de Cardeña y Montoro	Grupo de Desarrollo Rural de la Sierra Morena	<a href="http://www.sierramorena.com">www.sierramorena.com</a>
13	P.N. Sierra de Castril	Grupo de Desarrollo Rural Altiplano de Granada	<a href="http://www.altiplanogranada.org">www.altiplanogranada.org</a>
14	P.N. Sierra de Grazalema	Grupo de Desarrollo Rural de Sierra de Cádiz	<a href="http://www.gdrsierradecadiz.org">www.gdrsierradecadiz.org</a>
14	P.N. Sierra de Grazalema	Grupo de Desarrollo Rural de la Serranía de Ronda	<a href="http://www.cederserraniaderonda.com">www.cederserraniaderonda.com</a>
15	P.N. Sierra de Hornachuelos	Grupo de Desarrollo Rural de la Sierra Morena	<a href="http://www.sierramorena.com">www.sierramorena.com</a>
15	P.N. Sierra de Hornachuelos	Grupo de Desarrollo Rural del Medio Guadalquivir	<a href="http://www.medioguadalquivir.org">www.medioguadalquivir.org</a>
16	P.N. Sierra de Huétor	Grupo de Desarrollo Rural del Arco Noroeste de la	<a href="http://www.alfanevada.info">www.alfanevada.info</a>
17	P.N. Sierra de las Nieves	Grupo de Desarrollo Rural de la Sierra de las Nieves	<a href="http://www.sierranieves.com">www.sierranieves.com</a>
17	P.N. Sierra de las Nieves	Grupo de Desarrollo Rural de la Serranía de Ronda	<a href="http://www.cederserraniaderonda.com">www.cederserraniaderonda.com</a>
18	P.N. Sierra Mágina	Grupo de Desarrollo Rural de Sierra Mágina	<a href="http://www.magina.org">www.magina.org</a>
19	P.N. Sierra María-Los Vélez	Grupo de Desarrollo Rural de Los Vélez	<a href="http://www.aprovelez.com">www.aprovelez.com</a>
20	P.N. Sierra Nevada	Grupo de Desarrollo Rural de la Alpujarra - Sierra	<a href="http://www.alpujarraalmeria.es">www.alpujarraalmeria.es</a>
20	P.N. Sierra Nevada	Grupo de Desarrollo Rural de la Alpujarra - Sierra	<a href="http://www.alpujarragranada.com">www.alpujarragranada.com</a>
20	P.N. Sierra Nevada	Grupo de Desarrollo Rural de Guadix	<a href="http://www.comarcadeguadix.com">www.comarcadeguadix.com</a>
21	P.N. Sierra Norte de Sevilla	Grupo de Desarrollo Rural de la Sierra Morena	<a href="http://www.sierramorenasevilla.org">www.sierramorenasevilla.org</a>
22	P.N. Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas	Grupo de Desarrollo Rural de la Sierra de Cazorla	<a href="http://www.comarcasierracazorla.es">www.comarcasierracazorla.es</a>
23	P.N. Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama	Grupo de Desarrollo Rural del Poniente Granadino	<a href="http://www.ponientegradino.org">www.ponientegradino.org</a>
23	P.N. Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama	Grupo de Desarrollo Rural del Valle de Lecrín	<a href="http://www.aproteco.com">www.aproteco.com</a>
23	P.N. Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama	Grupo de Desarrollo Rural de la Axarquía	<a href="http://www.cederaxarquia.org">www.cederaxarquia.org</a>
24	P.N. Sierras Subbéticas	Grupo de Desarrollo Rural de la Subbética Cordobesa	<a href="http://www.gruposubbetica.com">www.gruposubbetica.com</a>

Imagen 2. Páginas webs por Parque Natural de los Grupos de Desarrollo Rural.  
Fte. Elaboración propia, Junta de Andalucía.

Estas páginas webs, la mayoría, se basan en mostrar la actividad de los Grupos de Desarrollo Rural, que se pueden definir como “*entidades sin ánimo de lucro que trabajan para el desarrollo sostenible de los municipios pertenecientes a las comarcas de dichos grupos. Los grupos crean planes estratégicos llevados a cabo mediante programas, en definitiva actuaciones para llevar una correcta planificación*”. (Grupos de Desarrollo Rural).

Existen algunas páginas que son más enfocadas al turismo, por ejemplo, la del Parque Natural Despeñaperros, Sierra de Andújar, Sierra de Hornachuelos, la de Doñana, que ofrece información sobre el turismo ornitológico, la de la Axarquía que explica un programa de actuación para la planificación del turismo en el Parque Natural Montes de Málaga y Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama.

La página del GDR Sierra de Cádiz también ofrece información para el turismo rural, de naturaleza, igual que lo hace la página de la Alpujarra Granadina, en el Parque Natural de Sierra Nevada.

Las más completas en cuanto a promocionar el turismo en los parques naturales son la de la Sierra de las Nieves, que parece una página de las que hemos analizado antes: Cuenta con casi todas las variables que nos sirven para analizar las páginas y hasta está en Inglés y Alemán, algo fuera de lo normal en estas páginas que la mayoría tienen un ámbito de actuación que suele centrarse en la comarca. La página da información sobre alojamientos, restaurantes, puntos de interés, mapas para llegar al destino... En definitiva es una página más de promoción al P.N Sierra de las Nieves.

Otra de las más completas es la del P.N Sierra de los Pedroches que detalla en la sección “enfoque turístico” todos los puntos de interés ornitológicos, rutas, e información sobre los pueblos. Una información que en las otras páginas resulta un poco menos completa.

En definitiva, estas páginas también dan a conocer los Parques Naturales de Andalucía y nos proporcionan información variada.

## CAPÍTULO 4 CONCLUSIONES

Tras hacer un **análisis del turismo en los distintos Parques Naturales y analizar también las páginas webs oficiales** que de alguna manera u otra se dedican a promocionar y a informar sobre cada uno de estos “destinos naturales”, hemos sacado algunas conclusiones clave:

En primer lugar, señalar que los parques naturales poco a poco se han ido estableciendo como otro **producto turístico** y sobre todo como una forma nueva de entender el turismo. La práctica de actividades en la naturaleza trae consigo un interés generalizado ya que la mayoría de las actividades tienen una parte de **función social**, cubriendo necesidades sociales. Además, no todo el mundo busca la naturaleza para la realización de actividades al aire libre, sino que también otra tipología de actividades como la recolección de algún fruto, la caza o simplemente la atracción de la naturaleza como forma de salir de la rutina y disfrutar del descanso, hacen que nuevas tipologías de turismo asociadas a dichas actividades hayan salido al mercado como es el caso del enoturismo, el turismo cinegético, el micológico o en definitiva, aquel turismo que está ligado a la gastronomía. Lo mismo pasa con el turismo rural y/o el ecoturismo.

Por otro lado, otra razón que tiende a cambiar los gustos turísticos y a popularizar el turismo en los parques naturales por ejemplo es que con el tiempo los **periodos vacacionales también han cambiado**: Actualmente están más divididos y son más cortos, por lo que las vacaciones no sólo se concentran en una época del año, y esto permite realizar más viajes aunque con una estancia más reducida. Hasta aquí podría parecer que el turismo en los parques naturales tiene un desarrollo notable, pero el problema que hemos advertido en nuestro análisis, es que por desgracia, esto no es así. Los parques siguen sin lograr un impacto turístico grande, sobre todo aquellos que son de montaña.

Es aquí donde entra en juego la otra parte de nuestro análisis. **Las páginas web**. El problema no viene de aquí: Tras este análisis, vemos que las páginas web (al menos las oficiales), cumplen de sobra con su cometido. Aunque está claro que algunas lo hacen mejor que otras, todas ellas son muy completas en cuanto a la información que contienen de los parques naturales, tanto para promocionarlos como (sobre todo) para ayudar a planear el viaje, cosa que al fin y al cabo influye mucho a la hora de hacer que se decidan los turistas porque también las páginas les pongan facilidades y les ahorren trabajo.

Además, con esto de que **Internet** se haya convertido en una fuente dinámica donde cada usuario puede aportar información sobre sus experiencias, dar recomendaciones e incluso hacer advertencias. Cosas de este tipo son una ventaja muy favorecedora en el turismo, una actividad que al no poderse probar antes de consumirse, cualquier información que tengamos de antemano, será indispensable. En el caso de nuestras webs analizadas, todas ellas suelen mostrar en alguna ocasión enlaces a la plataforma de TripAdvisor, donde se recogen las opiniones y puntuaciones de los viajeros de cualquier tipo de recurso o producto turístico.

Todas las cosas con las que cuentan las páginas web oficiales son aspectos positivos, que sirven para promocionar el destino, por lo que con todo el análisis realizado a las webs oficiales, podemos deducir que el problema no está en las páginas webs. Además, volviendo a lo mismo, señalamos que si Internet está cada día más presente en nuestras vidas, en un futuro próximo lo estará más aún si cabe, por lo que la mayoría de las webs se seguirán actualizando y la información será muchísimo mayor.

Las **conclusiones** de que en la mayoría de parques naturales de montaña no es que las páginas webs no sepan promocionar, el caso es que en muchos de ellos no existen apenas **infraestructuras** que permiten albergar la entrada de muchos turistas.

En los **parques naturales de costa** si notamos que el turismo tiene un gran impacto: El turismo de sol y playa siempre ha sido un reclamo en Andalucía debido a su calidad en las playas, y este turismo está muy consolidado en la comunidad. Además con la singularidad en su ecosistema que presentan la mayoría de los parques costeros, es fácil pensar que son reclamos turísticos con más razón. Los municipios pertenecientes a los

parques son también costeros por lo que el desarrollo de infraestructuras turísticas es mucho mayor. La práctica de actividades acuáticas también tiene mucha importancia en estos parques, sobre todo gracias al clima, como sucede en el Parque Natural Del Estrecho y en el de La Breña y Marismas de Barbate, ambos en Cádiz. En Almería, en el P.N. Cabo de Gata-Níjar, también las actividades de este tipo son de gran reclamo.

Dentro de los **parques naturales de montaña**, los más turísticos tienen un perfil más o menos común: Tienen una extensión grande, y sobre todo cuentan con ecosistemas peculiares acompañados de infraestructuras (ya sean dentro del parque, de uso público, o turísticas). Ejemplos son los Parques Naturales de **Doñana**, (aunque también tiene una parte costera), **Los Alcornocales** y **Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas**, parques con una gran riqueza paisajística cuyos municipios también presentan un impacto turístico notable, cosa que lleva a que las empresas se interesen más por darle un aprovechamiento turístico dotándolo de más infraestructuras, cosa que se nota a la hora de analizar las empresas turísticas, de turismo activo y sobre todo de equipamientos de uso público de los parques, convirtiéndolos así, en “destinos naturales”.

El Parque Natural y Nacional de **Sierra Nevada** merece mención aparte porque puede que esté considerado el más turístico, el que más empresas turísticas lleva consigo, pero hay que mencionar que el desarrollo turístico no está ligado a la actividad turística del parque natural en sí, sino que lo está a la estación de esquí con la que cuenta, una de las estaciones con más número de pistas y la de mayor altitud de España.

El resto de Parques Naturales, (a excepción de algunos como podrían ser los Parques Naturales **Sierra de Grazalema** y **Sierra de las Nieves**, que aunque no están muy desarrollados turísticamente tampoco, el poco turismo existente se sobrelleva de forma eficiente porque existen muchas empresas que saben sacar partido de los recursos que cada parque posee), tienden más a tener un desarrollo turístico poco relevante, que a ser considerados zonas donde el turismo juega un papel principal. Mucha “culpa” de esto, es que en la mayoría de los parques de montaña, debido a esta propia característica, el clima no es apropiado para la práctica del turismo al aire libre. En invierno, las temperaturas son muy bajas y las precipitaciones son abundantes. En muchos parques, aparte del mal clima, los municipios son demasiado pequeños (muchos de ellos no llegan a los 2000 o 3000 habitantes) por lo que tampoco podemos pretender que el turismo sea un reclamo ya que no hay ni infraestructuras ni tampoco empresas turísticas que puedan albergar una gran masa de visitantes.

Por mucho desarrollo web que exista, donde no hay capacidad para el turismo y donde hay otras actividades económicas más productivas no se puede hacer otra cosa que limitarnos a lo que tenemos e intentar al menos que el turismo se desarrolle de la manera más eficiente y productiva posible.

## CAPÍTULO 5 BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

(s.f.).

Caro Herrero, J. L. (s.f.). Tema 7: Análisis Web. Asignatura: Tecnologías Web Aplicadas al Turismo. Universidad de Málaga.

*Costa de Almería. Turismo de Almería.* (s.f.). Obtenido de Patronato de Turismo de Almería. Diputación de Almería: <http://www.turismoalmeria.com/>

Dávila, J. L. (18 de Enero de 2009). *¿Qué es el Análisis Web/ Web Analytics?* Obtenido de *¿Qué es el Análisis Web/ Web Analytics?*: <http:// analisis-web.com/blog/2009/01/que-es-analisis-web-web-analytics-definicion/>

*Facebook.* (s.f.). Obtenido de [www.facebook.es](http://www.facebook.es)

*Grupos de Desarrollo Rural.* (s.f.). Obtenido de Junta de Andalucía. Conserjería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural: <http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/portal/areas-tematicas/desarrollo-rural-sostenible/marco-andaluz/lidera/agentes-intervinientes/grupo-de-desarrollo-rural/index.html>

*Instagram.* (s.f.). Obtenido de [www.instagram.com](http://www.instagram.com)

*Instituto Nacional de Estadística.* (s.f.). Obtenido de INE: <http://www.ine.es/daco/daco42/codmun/codmun11/11codmunmapa.htm>

*Instituto Nacional de Estadística.* (s.f.). Obtenido de INE: [http://www.ine.es/inebmenu/mnu\\_hosteleria.htm](http://www.ine.es/inebmenu/mnu_hosteleria.htm)

Luque Gil, A. M. (2007). *La regulación de las prácticas recreativas en los Parques Naturales Andaluces.* Málaga: Baetica.

Luque Gil, A. M. (s.f.). Tema 3: El Turismo en los Espacios Naturales Protegidos. Málaga: Departamento de Geografía. Universidad de Málaga.

*Patronato Provincial de Turismo de Huelva.* (s.f.). Obtenido de Patronato de Turismo de Huelva. Diputación de Huelva: <http://www.turismohuelva.org/es/>

Pavan, B. (12 de Octubre de 2012). *SEO Y SEM: Diferencias y consejos para principiantes.* Obtenido de *SEO Y SEM: Diferencias y consejos para principiantes*: <http://bitelia.com/2012/10/seo-y-sem-diferencias-y-consejos-para-principiantes>

*Picassa.* (s.f.). Obtenido de <http://picasa.google.es/intl/es/>

*Portal de Turismo de la Provincia de Jaén.* (s.f.). Obtenido de Patronato de Turismo de Jaén. Diputación de Jaén: <http://www.jaenparaisointerior.es/>

*Portal de Turismo de la Provincia de Sevilla.* (s.f.). Obtenido de Patronato de Turismo de Sevilla. Diputación de Sevilla: <http://www.turismosevilla.org/opencms2/opencms/es/index.html>

*Reserva tu visita.es.* (s.f.). Obtenido de Central de Reservas de los Centros de Visitantes de los Espacios Naturales de Andalucía: <http://www.reservatuvisita.es/es/sc/1/inicio.html>

*Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.* (s.f.). Obtenido de Municipios: <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/iea/consultasActividad.jsp?CodOper=104&sub=38120>

*Turismo de Granada. Patronato Provincial.* (s.f.). Obtenido de Patronato de Turismo de Granada. Diputación de Granada: <http://www.turgranada.es/>

*Turismo y Promoción del Territorio.* (s.f.). Obtenido de Diputación de Málaga: <http://www.malaga.es/turismoypromocion/>

*Twitter.* (s.f.). Obtenido de [www.twitter.es](http://www.twitter.es)

*Ventana del Visitante de los Espacios Naturales.* (s.f.). Obtenido de Junta de Andalucía. Conserjería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio: <http://www.ventanadelvisitante.es/entrar.do;jsessionid=DE4D09DA2391E36786A435714D7E130D>

*Web Oficial de Turismo de Andalucía.* (s.f.). Obtenido de Junta de Andalucía. Conserjería de Turismo y Comercio: <http://www.andalucia.org/es/>

*Web Oficial de Turismo de Cádiz.* (s.f.). Obtenido de Diputación de Cádiz: <http://www.cadizturismo.com/>

*Web Oficial de Turismo de Córdoba.* (s.f.). Obtenido de Patronato de Turismo de Córdoba. Diputación de Córdoba: <http://www.cordobaturismo.es/>

*Wikipedia, La Enciclopedia Libre.* (s.f.). Obtenido de Wikipedia, La Enciclopedia Libre: [http://www.es.m.wikipedia.org/wiki/Red\\_Social](http://www.es.m.wikipedia.org/wiki/Red_Social)

*Youtube.* (s.f.). Obtenido de [www.Youtube.es](http://www.Youtube.es)

