

Factores de desarrollo turístico actual y futuro de los Parques Naturales Andaluces de Montaña

Present and Future Tourism Development Factors of Andalusian Natural Areas of Mountain

David Flores Ruiz
Universidad de Huelva

Recibido, Abril de 2008; Versión final aceptada, Enero de 2009.

PALABRAS CLAVES: Parques naturales, Desarrollo turístico, Competitividad de destinos turísticos

KEY WORDS: Natural areas, Tourist development, Tourists detinations competitiveness

Códigos JEL L16, L22,L83

RESUMEN

En el presente trabajo, a partir de una metodología Delphi, se jerarquizan los factores explicativos del desigual grado de desarrollo turístico de los parques naturales andaluces de montaña, previendo los que, en el futuro, puedan contribuir a impulsar un proceso de desarrollo turístico sostenible y competitivo en este tipo de destinos. Para ello, por las razones que se argumentan en el artículo, se sigue el modelo del “diamante” de competitividad de Porter, basado en el enfoque estratégico y territorial de análisis de la competencia.

ABSTRACT

This work, with a Delphi methodology, analyzes the present tourist development factors of Andalusian natural areas of mountain and it predicts the important factors that can explain the sustainable and competitive tourist development in the future. In this research, we use Porter's “competitiveness diamond” model, based in a strategic and territorial approach of competitive analysis.

1. LOS PARQUES NATURALES ANDALUCES COMO DESTINOS TURÍSTICOS

1.1. La Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía

La Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía -RENPA- se conforma en la actualidad como la red de carácter regional más importante de la Unión Europea, tanto en número de espacios protegidos como en superficie, estando constituida por un total de 150 espacios naturales protegidos¹, los cuales se reparten en las siguientes categorías: Parques Nacionales (2); Parques Naturales (24); Parques Periurbanos (21); Parajes Naturales (32); Paisajes Protegidos (2); Monumentos Naturales (37); Reservas Naturales (28) y Reservas Naturales Concertadas (4). Estas figuras legales de protección se han incrementado a nivel Europeo con una nueva figura legal denominada Zonas de Importancia Comunitaria –ZIC-. Todas estas figuras de protección, ocupan más del 19% del territorio andaluz.

CUADRO 1
**FIGURAS DE PROTECCIÓN Y EXTENSIÓN TERRITORIAL EN LA RENPA.
2005**

Figura de protección	Territorio ocupado (ha.)	% territorio protegido ocupado
Parque Nacional	150.468	8,86%
Parque Natural	1.413.014	83,23%
Paisaje Protegido	19.664	1,16%
Paraje Natural	91.060	5,36%
Reserva Natural	21687	1,28%
Reserva Natural Concertada	788,85	0,05%
Parque Periurbano	5996	0,35%
Monumento Natural	1046,3	0,06%
TOTAL	1.697.728	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de www.juntadeandalucia.es/medioambiente (2006).

1 Según datos de la Consejería de Medioambiente a fecha de junio de 2006 www.juntadeandalucia.es/medioambiente.

Dada la gran diversidad de espacios naturales que se integran en la RENPA, tanto en tamaño como en tipos de ecosistemas, la administración autonómica ha pretendido adaptarse a los diferentes sistemas naturales asignando distintos regímenes de protección en función de las características de cada uno de ellos.

Como se puede observar en el cuadro anterior, los parques naturales son los espacios protegidos que ocupan una mayor superficie territorial, con un 83% del total del territorio andaluz protegido. Además, dicha figura de protección se caracteriza por ser la más permisiva a la hora de fomentar el desarrollo de actividades económicas sobre el territorio, lo que la convierte en ideal a la hora de implementar aquellas políticas que tratan de compatibilizar conservación con desarrollo socioeconómico, entre las que se encuentra la actividad turística.

En definitiva, podría decirse que la figura de parque natural se conforma con la intención de garantizar la concepción original de estos territorios como espacios de “usos múltiples”, en los que es necesario compatibilizar la conservación del medioambiente, el aprovechamiento ordenado de los recursos a través del desarrollo endógeno sostenible y la facilitación de las actividades de recreo y uso público. En este mismo sentido, se manifiestan Corraliza et al (2002:16-17) al afirmar que gestionar un parque natural implica una tarea más compleja que la simple gestión del patrimonio natural, debiendo trabajar en una estructura múltiple, planificando objetivos y movilizandolos recursos con el fin de incidir en tres áreas fundamentales: la conservación de la naturaleza -orientación ecocéntrica-, la adecuación de los medios para promover el uso público y disfrute del parque natural -orientación sociocéntrica- y la promoción y el desarrollo de la zona donde se encuentra el parque natural, sin comprometer la integridad de los valores y recursos -orientación por el mantenimiento del territorio y de las comunidades que viven en él-.

1.2. Idoneidad de los parques naturales andaluces como destinos turísticos

La Ley andaluza 2/1989, por la que se aprueba el Inventario de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía, recoge en su artículo 13.2 la finalidad de *estimular las iniciativas culturales, científicas, pedagógicas y recreativas autóctonas* en estos espacios. Sin embargo, no todos los espacios naturales protegidos que conforman la RENPA responden a las características necesarias para la promoción de un uso social, recreativo y, sobre todo, turístico, en los mismos.

Consciente de ello, y de la creciente demanda social de actividades recreativas y de ocio en el medio natural, la Consejería de Medioambiente, tal y como se recoge en el Cuadro 2, delimitó desde un principio las actividades que consideró prioritarias fomentar en cada una de las categorías de espacios naturales protegidos.

CUADRO 2
ACTIVIDADES PRIORITARIAS EN LOS ESPACIOS NATURALES
PROTEGIDOS ANDALUCES.

Actividades	Parque	Reserva	Paraje	Parque	Parque
	Nacional	Natural	Natural	Natural	Periurbano
Prioridad educación ambiental	X			X	
Prioridad investigación	X	X		X	
Prioridad divulgación-ocio	X			X	X
Prioridad participación ciudadana	X			X	
Mantenimiento estricto de la identidad de los sistemas ecológicos	X	X			
Establecimiento de sistemas ecológico-económicos viables a largo plazo			X	X	
Integración y articulación de políticas sectoriales			X	X	
Mantenimiento de la población rural				X	

Fuente: Consejería de Medioambiente (1998).

De todos los espacios naturales protegidos que integran la RENPA, solamente en los parques nacionales, naturales y periurbanos las actividades de ocio se consideran prioritarias, si bien la necesidad de velar por el mantenimiento íntegro de los ecosistemas de los parques nacionales hace que éstos no sean propicios para la práctica de un buen número de actividades turísticas -turismo activo, fundamentalmente-. Mientras que, por otro lado, los parques periurbanos disponen de una reducida extensión para la práctica de este tipo de actividades, algunas de las cuales requieren de una importante extensión de territorio para su práctica -rutas a caballo, senderismo, caza, etc.-.

Por consiguiente, son los parques naturales los espacios naturales protegidos más idóneos para el desarrollo del turismo, pudiéndose practicar en los mismos una gran variedad de tipologías de turismos, tales como: turismo cultural, turismo gastronómico, ecoturismo, turismo activo, turismo cinegético, turismo rural etc. En definitiva, tal y como recoge la Consejería de Turismo y Deporte, los *Parques*

Naturales se configuran como los ámbitos territoriales estratégicos para el sistema de uso público en los Espacios Naturales Protegidos y las modalidades turísticas a desarrollar en ellos (Consejería de Turismo y Deporte, 2000: 79).

1.3. Diferente grado de desarrollo turístico en los parques naturales andaluces.

Sin embargo, a pesar de esta potencialidad, en los parques naturales andaluces se pueden identificar dos modelos radicalmente distintos de desarrollo turístico (Araque, 2001), pues mientras que en algunos se ha registrado un crecimiento importantísimo, tanto en la oferta como en la demanda turística, en otros apenas ha llegado a afianzarse la actividad turística. De ahí el interés del presente trabajo de analizar los factores explicativos del distinto grado de desarrollo turístico alcanzado por éstos en la actualidad.

Este diferente grado de desarrollo turístico de los parques naturales andaluces quedaba ya reflejado hace más de tres lustros, cuando Marchena et al (1992) afirmaban que desde la perspectiva sectorial de su uso turístico y recreativo no todos los parques naturales pueden ser recogidos bajo una misma categoría, encontrándose situaciones diversas. De tal forma que dichos autores formulan las siguientes categorías: a) parques naturales con experiencia en programas de uso público; b) parques naturales de uso público potencial a corto plazo; c) parques de uso metropolitano; d) parques naturales de uso público escasamente desarrollado que presentan como handicap para su desarrollo turístico la lejanía a sus principales núcleos emisores, la debilidad geográfica y del entramado socioeconómico de las poblaciones cercanas; e) parques naturales de uso cinegético en los que, por sus características -propiedad privada, abundante espacio forestal, inexistencia de núcleos urbanos en su interior, etc.-, el uso público y la actividad turística se muestran dificultosos, salvo la actividad cinegética; y f) parques naturales de escasa extensión que, por sus tamaños tan reducidos, no permiten ser incluidos en algunas de las características comentadas anteriormente.

También la Consejería de Medioambiente (2004) realiza una clasificación de los parques naturales por niveles de desarrollo, llegando a identificar cuatro grupos, dentro de los cuales se observa un comportamiento homogéneo respecto a los indicadores, tanto de oferta como de demanda turística.

Por su parte, Pulido (2005:372-373) también realiza una clasificación de los parques naturales andaluces según la intensidad de sus usos turísticos, apoyándose en dos indicadores: la intensidad de oferta turística y la de demanda turística,

elaborando, a partir de los mismos, una propuesta de actuación genérica para los diferentes parques según el grupo en el que éstos se incluyan².

Así pues, dado el diferente grado de implantación de la actividad turística en los parques naturales andaluces, parece claro que las estrategias de desarrollo deben plantearse de manera diferenciada. Así, mientras que en los parques naturales en los que la actividad turística está más desarrollada deben corregirse determinados efectos territoriales y desequilibrios generados por esta actividad, reconduciéndose aquellos procesos más nocivos que impiden una correcta articulación del sector, tales como: saturación de turistas en determinadas zonas y épocas del año, vertidos incontrolados, ruidos, etc.; en los menos desarrollados, a partir de la experiencia ya adquirida, deben sentarse las bases para conseguir un desarrollo duradero del turismo, de tal forma que no entre en contradicción con los principales postulados conservacionista (Araque, 2001).

Una vez argumentado, a partir del análisis bibliográfico, los diferentes grados de desarrollo turístico de los parques naturales andaluces, en los siguientes apartados analizamos los factores que explican esos desiguales grados de desarrollo, para lo cual seguimos el enfoque metodológico de Porter, basado en la teoría estructural y estratégica de análisis de la competencia. No obstante, previamente analizamos, de forma somera, los principales modelos teóricos de análisis de la competitividad de los destinos turísticos que se encuentran recogidos en la literatura especializada.

2. UN MODELO TEÓRICO DE ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

El análisis de los factores explicativos de la competitividad de los destinos turísticos ha sido abordado desde diferentes enfoques teóricos. No obstante, se pueden identificar dos grandes enfoques: el enfoque tradicional macroeconómico, basado en las ventajas comparativas de las teorías neoclásicas del comercio internacional, y el enfoque estratégico territorial, basado en la ventaja competitiva. Este último enfoque surge a partir de las décadas de los setenta y ochenta con la intensificación de la

2 En este sentido, este autor identifica los siguientes grupos: Grupo I (intensidad de demanda turística baja-media e intensidad de oferta turística baja-media); Grupo II (intensidad de demanda turística baja-media e intensidad de oferta turística media-alta); Grupo III (intensidad de demanda turística: media-alta e intensidad de oferta turística media-alta) y Grupo IV (intensidad de demanda turística media-alta e intensidad de oferta turística baja-media).

competencia, en general y en el mercado turístico, en particular, ante la insuficiente capacidad explicativa que comenzaba a tener el enfoque macroeconómico para explicar la competitividad de los territorios en determinadas actividades económicas. En este sentido, tal y como recoge Canals (1991:45), el enfoque macroeconómico, ante los constantes cambios experimentados en el comercio internacional, empieza a encontrarse, entre otras, con una triple limitación: a) es un enfoque estático que no explica la dinámica de la competencia; b) es un enfoque que mira al pasado pero no al futuro, pues supone que los factores productivos no mejoran o se aprenden; y c) no considera el papel activo de la empresa en la competitividad internacional de los territorios.

Este nuevo paradigma de análisis de la competencia, según afirman Sánchez y Fajardo (2004), entiende la competitividad como un fenómeno complejo, dinámico, comparativo, multidimensional y difícil de medir, el cual no puede ser observable directamente, por lo que deberá utilizarse diferentes indicadores, tanto objetivos, de oferta, como subjetivos, de demanda. Por otra parte, la competitividad es un concepto dinámico y comparativo porque su medida y cuantificación puede variar en función del período de tiempo en el que se analice y del país de referencia que se elija para ello, pues siempre se deberá elegir, al menos, dos unidades para poder comparar.

En esta línea, desde la década de los noventa se vienen proponiendo diferentes modelos teóricos de análisis de la competitividad de los destinos turísticos bajo este enfoque estratégico. Así, entre todos los modelos que se recogen en la literatura, destacan los de Crouch y Ritchie (1995, 1999), Kim (2001), Dwyer y Kim (2003), el Consejo Mundial del Turismo y los Viajes (2004), los indicadores de competitividad turística del Foro Económico Mundial (2004, 2007), así como el modelo del “diamante” de Porter (1990), aplicado en muchas ocasiones al análisis competitivo de los destinos turísticos³. No obstante, del análisis de todos estos modelos podemos extraer, entre otras, las siguientes conclusiones:

- Aún no existe un modelo de análisis de la competitividad de los destinos turísticos plenamente satisfactorio y utilizado como referente.
- Todos estos modelos recogen un gran número de factores determinantes de la competitividad de los destinos turísticos pero en ninguno de ellos se encuentran ordenados y ponderados según su importancia relativa.

3 Entre estos trabajos podemos citar: Generalitat de Catalunya (1992); Fayos (1994), Pedreño (dir.) (1996); Vera (coord.) (1997); Monfort (1999); Rodríguez (2000); Bordás (2001); Organización Mundial del Turismo (2001); Mirabell (1999); Carús (2002); Rodríguez y Guisado (2003).

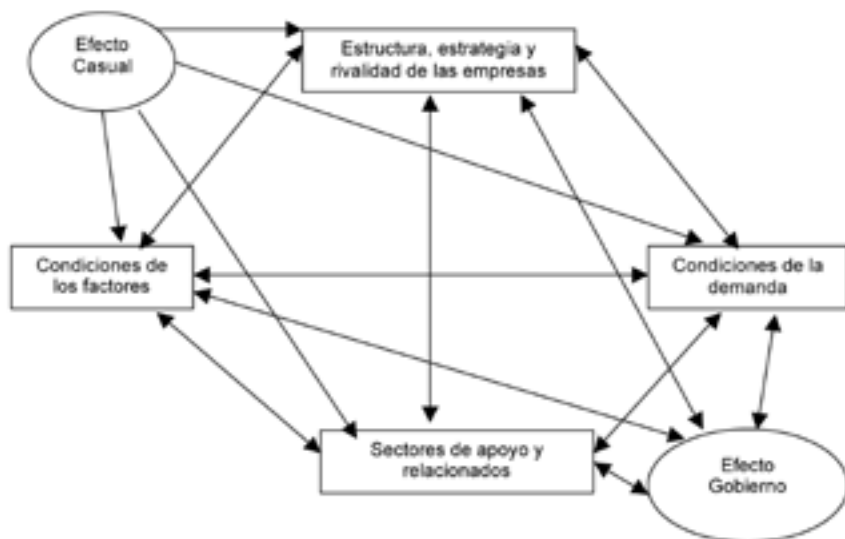
- La medición de la competitividad de un destino es incompleta si se hace exclusivamente desde el punto de vista de la oferta o de la demanda, por lo que se hace necesario construir un indicador que sintetice ambos enfoques.
- Todos los factores propuestos en estos modelos se encuentran interrelacionados, de forma que la competitividad de los destinos va a venir dada por las sinergias que se establecen entre los mismos y no por la simple sumatoria de los valores que toman cada uno de los factores considerados, lo cual nos lleva a entender la competitividad como un concepto sistémico.
- Muchos de los factores identificados como cruciales a la hora de explicar la competitividad de los destinos no se pueden aplicar por falta de indicadores disponibles que puedan ser comparables entre los diferentes destinos. De tal forma, que tan sólo existen los intentos del Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo (2004) -Monitor del WTTC- y del Foro Económico Mundial (2007) -TTCI- de construir un indicador de competitividad que sea comparable entre países.

En definitiva, podemos decir que aún no existe un modelo que permita medir la competitividad de los destinos turísticos, lo cual dificulta el análisis comparativo. Sin embargo, uno de los modelos más aplicados es el del “diamante” de competitividad de Porter, el cual considera que no existen países competitivos, sino países con determinados productos y destinos turísticos competitivos que dependen de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar permanentemente (Bordás, 1999:605). No obstante, en este modelo también juegan un papel importante otros factores del destino, tales como su política turística, las características de los factores productivos presentes en el territorio, la demanda turística y las relaciones de sinergias que se puedan establecer entre todos ellos. Estos factores se integran, de una forma ordenada, en el “diamante” de competitividad, el cual está conformado, tal y como se recoge en la Figura 1, por los siguientes vértices (Porter, 1990):

- Condiciones de los factores: en éste se integran los factores localizados en el destino, los cuales se diferencian entre factores básicos -recursos físicos, mano de obra no cualificada y capital- y avanzados -infraestructura moderna, mano de obra especializada, etc.-. Este es el grupo de factores en el que se fundamenta el enfoque macroeconómico, basado en la ventaja comparativa.
- Condiciones de la demanda: se recogen los factores relacionados con la demanda turística, tanto cuantitativos como cualitativos.

- Sectores de apoyo y relacionados con la actividad turística: se recogen las características de los sectores relacionados con el turismo, así como las relaciones que se establecen entre los mismos.
- Estructura, estrategia y rivalidad de las empresas turísticas: se recogen los factores que inciden en la rivalidad entre las empresas turísticas de un destino, así como los recursos -tangibles e intangibles- con los que cuentan. Por tanto, se presta especial atención a las unidades sector y empresa de análisis de la competencia bajo un enfoque estratégico.
- Efecto gobierno: la administración pública puede influir en la competitividad de los destinos turísticos actuando sobre los cuatro vértices anteriores del “diamante”. En este sentido, aquí se recogen las relaciones entre la administración pública y esos vértices.

FIGURA 1
MODELO DEL “DIAMANTE” DE COMPETITIVIDAD DE PORTER.



Fuente: Porter (1990).

- La casualidad: aunque los factores que hemos comentado anteriormente desempeñan un papel muy importante a la hora de explicar la competitividad de los destinos turísticos, los acontecimientos casuales -catástrofes naturales, guerras, enfermedades, etc.- también pueden desempeñar un importante papel.

- Relaciones entre los vértices: los determinantes de la competitividad de los destinos turísticos constituyen un sistema complejo, de forma que su competitividad no va a venir dada por la suma de los efectos de cada uno de los factores, sino por el efecto conjunto y sinérgico que proporcionan todos estos factores sobre el destino turístico, conformando lo que se denomina como “ventaja territorio”.

Así, por considerar el modelo de Porter como uno de los más completos a la hora de integrar los diferentes enfoques de análisis competitivo de los destinos turísticos, a continuación se aplica al análisis de los factores de desarrollo turístico actual y futuro de los parques naturales andaluces.

3. FACTORES DE DESARROLLO TURÍSTICO ACTUAL Y FUTURO DE LOS PARQUES NATURALES ANDALUCES DE MONTAÑA

Se analiza la metodología aplicada al análisis empírico para, posteriormente, comentar los resultados y conclusiones a los que se llega con su aplicación.

3.1. La metodología Delphi y su aplicación a la investigación

Una vez argumentado el diferente grado de desarrollo turístico experimentado por los parques naturales andaluces en las últimas décadas, el objetivo que se propone este trabajo es doble:

- Jerarquizar los factores explicativos del desarrollo turístico actual de los parques naturales andaluces de montaña.
- Prever los factores que, en el futuro, más puedan influir en la competitividad sostenible del turismo en estos parques.

Para ello se utiliza el método Delphi, un método de corte cualitativo que, ante el carácter un tanto complejo, subjetivo e impreciso del estudio que nos proponemos, permite conocer la percepción que tiene un grupo de “expertos” -universitarios, investigadores, técnicos de administraciones públicas (turística y ambiental), ecologistas, planificadores y gestores- sobre la realidad de los parques naturales andaluces, en general, y de su desarrollo turístico, en particular.

La aplicación del método Delphi se hace sobre los parques naturales de montaña, los cuales representan buena parte de los parques naturales andaluces. De esta forma, se delimita mejor el objeto de estudio, obviando tipologías de turismo, tales como: el turismo de sol y playa, el turismo de paso, o el turismo de nieve, los cuales obedecen, en muchos casos, a dinámicas y motivaciones diferentes a las del turismo de naturaleza practicado en las zonas de interior y de montaña andaluzas⁴. En definitiva, si tenemos en cuenta estos criterios, de los 24 parques naturales que existen en Andalucía, los que se analizan en este estudio son los siguientes: Montes de Málaga, Sierra de Andujar, Sierra de Aracena y Picos de Aroche, Sierra de Baza, Sierra de Cardeña y Montoro, Sierra de Castril, Sierra de Grazalema, Sierra de Hornachuelos, Sierra de Huétor, Sierra de las Nieves, Sierra Mágina, Sierra María-Los Vélez, Sierra Norte de Sevilla, Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, Sierras de Tejada, Almijara y Alhama y Sierras Subbéticas. Todos estos parques naturales se localizan en zonas montañosas del interior de Andalucía, practicándose en ellos un turismo de naturaleza muy ligado a sus valores naturales y socioculturales.

La aplicación de esta metodología se desarrolló desde febrero a noviembre de 2006. De tal forma que la primera ronda transcurrió de febrero a mayo y la segunda de julio a noviembre. No obstante, con anterioridad a estas dos rondas, el proceso comenzó con la definición de los objetivos de la investigación, la elaboración de las encuestas y la definición del grupo de expertos a los que iban a ir dirigidas las mismas. En este sentido, los criterios seguidos para la selección de los expertos que finalmente participaron en el Delphi fueron los siguientes: a) que el grupo de participantes en el Delphi estuviera comprendido entre 10 y 30 personas (Dalkey et al., 1972; Masser y Foley, 1987; Green et al., 1990, en [Monfort, 1999: 23]); b) que los integrantes del grupo tuvieran un conocimiento específico sobre la realidad de los parques naturales andaluces, en general, y sobre su desarrollo turístico, en particular, y ; c) que, dada la complejidad y el carácter multidisciplinar de este estudio, los expertos pertenecieran a diferentes ámbitos profesionales -ecologistas, turismo, medioambiente, agentes de desarrollo, etc.-, si bien, como hemos apuntado anteriormente, todos debían ser profundos conocedores de la realidad de los parques naturales andaluces.

4 En este sentido, debe decirse que el turismo de naturaleza practicado en las regiones montañosas del interior de Andalucía está muy vinculado a los valores medioambientales y culturales de estas zonas rurales, predominando en las motivaciones de los turistas la visita a entornos con un fuerte componente natural.

El número de expertos que, como se recoge en el Cuadro 3, inicialmente participaron en el estudio fue de 20, entre los cuales se encontraban: 3 gerentes de Grupos de Desarrollo Rural -GDR- de 3 de estos parques naturales; 2 integrantes de grupos ecologistas; 2 técnicos de la administración turística andaluza; 1 técnico de la administración turística central, profundo conocedor de la realidad turística de los parques naturales andaluces; 2 técnicos de la administración ambiental andaluza; 2 técnicos de la Agencia de Innovación y Desarrollo Tecnológico de Andalucía con competencias en la implantación de los Planes de Desarrollo Sostenible de los parques naturales andaluces; y 8 investigadores y profesores universitarios profundos conocedores de la realidad objeto de estudio. De estos 20 expertos, todos contestaron el cuestionario en la primera ronda, si bien, en la segunda, el número de expertos que lo hicieron se redujo a 17.

CUADRO 3
FICHA TÉCNICA DEL DELPHI.

	1ª Ronda	2ª Ronda
Número de expertos	20	17
Fecha inicio	Febrero 2006	Julio 2006
Fecha de finalización	Mayo 2006	Noviembre 2006
Objetivo 1	Jerarquización de los factores explicativos del desarrollo turístico actual de los parques naturales andaluces de montaña	
Objetivo 2	Prever los factores explicativos del futuro desarrollo turístico sostenible y competitivo de los parques naturales andaluces de montaña	

Fuente: Elaboración propia.

El cuestionario ha sido diseñado y estructurado siguiendo, como hemos argumentado en el epígrafe anterior, el enfoque metodológico del “diamante” de competitividad de Porter. A partir de una revisión de la escasa bibliografía existente se seleccionaron los diferentes factores que, en principio, podían explicar el desarrollo turístico de estos espacios naturales protegidos para, posteriormente, agruparlos y ordenarlos según el “diamante”.

Dada la amplia y heterogénea relación de factores que incluimos en el cuestionario de la primera ronda, ésta se consideró suficiente por parte del panel de expertos consultados, ya que en las respuestas de esta primera ronda, aún dejándose una pregunta abierta para ello, los expertos consultados no incluyeron ningún factor nuevo a considerar en el cuestionario de la segunda ronda. Por lo que éste fue el mismo que el elaborado para la primera.

Este cuestionario fue de tipo Likert, donde los expertos debían asignar una graduación sobre la importancia que tienen para ellos cada uno de los factores considerados. Esta escala de valores fue la siguiente: 1 totalmente en desacuerdo; 2 bastante en desacuerdo; 3 parcialmente en desacuerdo; 4 neutral; 5 parcialmente de acuerdo; 6 bastante de acuerdo; 7 totalmente de acuerdo.

En febrero de 2006 se envió por correo electrónico el cuestionario de la primera ronda, la cual finalizó en mayo de 2006. Una vez obtenidos los primeros resultados, se enviaron éstos al grupo de expertos junto al cuestionario de la segunda ronda, el cual no sufrió variación alguna respecto al de la primera. Esta segunda ronda comprendió el período de julio a noviembre de 2006. Y, dado que, cuando se analizan los resultados obtenidos en cada una de las dos rondas, los correspondientes a la segunda circulación coinciden, respecto a los de la primera, existiendo, por tanto, un grado muy elevado de consenso entre el grupo de expertos; y teniendo en cuenta, además, que de la primera a la segunda ronda el número de integrantes del grupo se redujo en 3, se estimó conveniente no incluir una tercera ronda.

Respecto a las medidas de tendencia central, debe decirse que, aún sabiendo que en la mayor parte de los análisis Delphi se toma la mediana, en este artículo se utiliza la media, ya que ésta, debido a la gran cantidad de factores que se incluyen en el análisis, y a los valores similares que toman buena parte de éstos, proporciona una mejor jerarquización de los factores. Y como medida de dispersión se utiliza la desviación típica respecto a la media.

3.1. Factores explicativos del desarrollo turístico actual y futuro de los parques naturales andaluces de montaña: análisis de la primera ronda del Delphi

En el Cuadro 4 se recogen los valores medios, junto con las desviaciones típicas, de cada uno de los factores propuestos que se incluyeron en el cuestionario Delphi elaborado para esta primera ronda, tanto para los factores que explican el diferente grado de desarrollo turístico de los parques naturales andaluces de montaña, como para los que, en el futuro, pueden explicar el desarrollo turístico competitivo y sostenible de los mismos. Todos estos factores se integran de una forma ordenada en los diferentes vértices que conforman el “diamante” Porter.

CUADRO 4
MEDIAS Y DESVIACIONES TÍPICAS DE LOS FACTORES:
1ª RONDA DEL DELPHI.

Factores	Desarrollo actual			Desarrollo futuro		
	N	Media	Desv. tip.	N	Media	Desv. tip.
Paisaje sinuoso	20	5,55	1,6051	19	5,68	1,4163
Diversidad faunística	20	4,5	1,8778	19	5,42	1,3871
Diversidad de flora	20	4,45	1,8202	19	5,42	1,5024
Clima suave	20	4,5	1,9331	19	4,79	1,4749
Presencia de días de nieve	20	3,7	1,7502	19	4,47	1,0733
Recursos hídricos	20	5,25	1,4824	19	5,68	0,671
Localización del ENP	20	4,4	2,2337	19	5,16	1,463
Patrimonio sociocultural	19	5,11	1,5949	19	6	0,8165
Mano de obra abundante	20	2,75	1,3328	19	4,11	1,2425
Formación de la población local	20	2,35	1,3485	19	5,58	1,1213
Capacidad emprendedora	20	3,45	1,7006	19	5,95	0,9113
Buena accesibilidad al ENP	20	4,05	2,0384	19	5,58	0,9612
Conexión entre municipios	20	3,65	1,6311	19	5,68	0,7493
Equipamiento de uso público	20	4,35	1,4965	19	6	0,5774
Equipamiento de calidad ambiental	20	3,75	1,5517	19	6,05	0,705
Equipamiento sanitario	20	3,35	1,4244	19	5,26	0,9912
Red eléctrica y telemática	18	3,44	1,149	19	5,68	0,8852
Experiencia en la gestión turística	20	4,35	1,4609	19	4,79	0,9763
Cursos relacionados con el turismo	20	3,95	1,3563	19	5,84	1,0145
Hospitalidad de la población local	20	4,75	1,1642	19	6,11	0,7375
Condiciones de los factores del territorio		4,08	1,5976		5,46	1,0339
Diversidad actividades complementarias	20	4,3	1,4546	19	6,21	0,6306
Categoría y diversidad de la restauración	20	4,6	1,429	19	6,11	0,5671
AAV que elaboren productos locales	20	3,3	1,689	19	6,26	0,7335
Centros de recepción	20	4	1,214	19	6,11	0,5671
Centrales de reservas	19	3,37	1,8321	19	5,74	0,8719
Presencia de comercios, transportes,...	20	3,55	1,099	19	5,21	0,7873
Asociaciones de empresas turísticas	20	3,65	1,4609	19	5,74	0,9912
Relaciones empresas-AAPP	20	4,15	1,3485	18	6,06	0,9984
Sectores de apoyo y relacionados		3,86	1,4409		5,93	0,7684

continúa...

CUADRO 4
MEDIAS Y DESVIACIONES TÍPICAS DE LOS FACTORES:
1ª RONDA DEL DELPHI
(CONCLUSIÓN)

Factores	Desarrollo actual			Desarrollo futuro		
	N	Media	Desv. tip.	N	Media	Desv. tip.
Competencia intensa entre alojamientos	20	3,75	1,4824	19	4,58	1,6772
Dedicación exclusiva al turismo	20	3,8	1,9358	19	5,16	1,5728
Diversidad de servicios de los alojamientos	20	3,65	1,5313	19	6,05	0,7799
Capacitación de los trabajadores	20	3,2	1,3219	19	6,37	0,684
Profesionalización de la promoción y comerc.	20	4,2	1,3992	19	6,37	0,684
Estructura, estrategia y rivalidad alojamientos		3,72	1,5341		5,71	1,0796
Exigencia del turista	20	4,4	1,3139	19	6,37	0,5973
Concienciación del turista respecto al medioambiente	20	4,05	1,191	19	6,42	0,6925
Fidelidad del turista	19	4,58	0,9016	18	5,78	0,9428
Bajos niveles de estacionalidad	19	3,21	1,9883	19	5,16	1,214
Condiciones de la demanda		4,06	1,3487		5,93	0,8616
Inversión pública en uso público e infraestructuras	20	3,65	1,5652	19	6,21	0,6306
Ordenación y planificación del territorio	20	4,25	1,713	19	5,53	1,2188
Planificación del uso público	20	3,85	1,4609	19	5,84	1,0679
Planificación del turismo	20	3,6	1,5694	19	6,37	0,684
Coordinación entre administraciones	19	3,32	1,4927	18	6,28	0,9583
Implicación de las AAPP con el turismo	20	4,5	1,1471	19	6,16	0,7647
Titularidad pública superficie del ENP	20	4,25	1,9702	19	5,11	1,2425
Efecto gobierno		3,92	1,5598		5,93	0,9381
Conjunción de los factores: "efecto sinérgico"	20	6,05	1,191	19	6,53	0,6118
El desarrollo turístico depende de factores casuales: "Efecto casual"	20	2,45	1,8489	19	2,42	1,8048

Fuente: Elaboración propia.

1.1.1. Factores explicativos del desarrollo turístico actual de los parques naturales andaluces de montaña: 1ª ronda del Delphi

Como se extrae del Cuadro 5, el conjunto de factores que mejor explican el desarrollo turístico actual de estos parques naturales están directamente relacio-

nados con las condiciones de partida de los factores presentes en estos territorios, fundamentalmente factores básicos. Así, de los cinco primeros factores considerados, a excepción del primero, que hace referencia al “efecto sinergia”, los restantes -paisaje, recursos hídricos, patrimonio sociocultural y hospitalidad- están referidos a las características, tanto naturales como socioculturales, de estos territorios. Y si consideramos los nueve factores más importantes, sin tener en cuenta de nuevo el “efecto sinergia”, se observa cómo seis de ellos se siguen correspondiendo con las condiciones de los factores básicos de los territorios -paisaje, recursos hídricos, patrimonio sociocultural, hospitalidad de la población, diversidad faunística y clima suave-.

CUADRO 5
**FACTORES QUE MÁS HAN INFLUIDO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO
 DE LOS PARQUES NATURALES ANDALUCES DE MONTAÑA
 (1ª RONDA DEL DELPHI)**

FACTORES	N	Media	Desv. típ.
Conjunción de una serie de factores (efecto sinergia)	20	6,05	1,1910
Paisaje sinuoso	20	5,55	1,6051
Recursos hídricos	20	5,25	1,4824
Patrimonio sociocultural	19	5,11	1,5949
Hospitalidad de la población local	20	4,75	1,1642
Categoría y diversidad de la restauración	20	4,60	1,4290
Fidelidad del turista	19	4,58	0,9016
Implicación de las AAPP con el turismo	20	4,50	1,1471
Diversidad faunística	20	4,50	1,8778
Clima suave	20	4,50	1,9331

Fuente: Elaboración propia.

Otro grupo de factores del “diamante” a los que también se les concede cierta importancia, aunque en menor medida, están relacionados con las condiciones de la demanda -fidelidad del turista, fundamentalmente- y con el papel de las administraciones públicas -implicación de las administraciones públicas en la actividad turística-. Por el contrario, puede decirse que, según estos resultados, en un primer momento, las características de los sectores relacionados con el turismo, así como con las propias empresas turísticas -alojamientos turísticos, fundamentalmente-, no han sido decisivos a la hora de explicar el diferente grado de desarrollo turístico experimentado por estos espacios naturales protegidos.

También cabe destacar la importancia que adquiere el “efecto sinergia”, concediéndosele la puntuación más alta (6,05) y una de las menores desviaciones típicas (1,1910), lo cual muestra el importante grado de consenso que existe entre el grupo de expertos. Este importante valor tiene su fundamento en el hecho de que el desarrollo turístico de estos parques no es consecuencia de un solo factor, sino de las interrelaciones de autoreforzamiento que se establecen entre una serie de factores, en este caso, según los resultados de esta primera ronda del Delphi, entre determinadas condiciones de los factores -factores básicos-, la llegada de visitantes -condiciones de la demanda- y la implicación de las administraciones públicas en este proceso -efecto gobierno-.

1.1.2. Factores explicativos del futuro desarrollo turístico sostenible y competitivo de los parques naturales andaluces de montaña: 1ª ronda del Delphi

A diferencia de lo anteriormente comentado, los factores que, según el grupo de expertos, pueden contribuir a explicar en mayor medida el futuro desarrollo turístico sostenible y competitivo de estos parques naturales, tal y como se observa en el cuadro 6, ya no se encuentran en las condiciones iniciales de los factores básicos localizados en estos territorios, sino en las condiciones de la demanda, con un valor medio para el conjunto de estos factores de 5,93 y una desviación típica media de 0,8616; en el tejido empresarial, concretamente en las características de los sectores de apoyo y relacionados, con un valor medio asignado de 5,93 y una desviación típica media de 0,7684; y en el papel que deben seguir desempeñando las administraciones públicas, con un valor medio de 5,93 y una desviación típica media de 0,9381.

Prueba de la menor importancia relativa que tienen las condiciones de los factores básicos del territorio la encontramos en el hecho de que ninguno de los diez factores más importantes -Cuadro 6- pertenecen a este vértice del “diamante”. Así, cuatro de ellos se corresponden con el papel que el tejido empresarial debe desempeñar -capacitación de trabajadores, profesionalización de la promoción y comercialización, creación de agencias de viajes que elaboren productos turísticos locales, así como de una adecuada diversificación de actividades complementarias-; otros tres factores se corresponden con el papel que deben jugar las administraciones públicas -coordinación de las administraciones públicas, planificación turística e inversión en uso público e infraestructura-; y, por último, otros dos factores se corresponden con las condiciones de la demanda -concienciación del turista respecto al medioambiente y exigencia del turista-. Todos estos factores están muy

relacionados con las estrategias de gestión turística que puedan implementar tanto la iniciativa privada como pública de estos territorios.

CUADRO 6
**FACTORES QUE MÁS PUEDEN INFLUIR EN EL DESARROLLO TURÍSTICO
 SOSTENIBLE Y COMPETITIVO DE LOS PARQUES NATURALES
 ANDALUCES DE MONTAÑA (1ª RONDA DEL DELPHI)**

FACTORES	N	Media	Desv. típ.
Conjunción de una serie de factores (efecto sinergia)	19	6,53	0,6118
Concienciación del turista respecto al medioambiente	19	6,42	0,6925
Capacitación de los trabajadores	19	6,37	0,6840
Profesionalización de la promoción y comercialización	19	6,37	0,6840
Exigencia del turista	19	6,37	0,5973
Planificación del turismo	19	6,37	0,6840
Coordinación entre AAPP	19	6,28	0,9583
AAW que elaboren productos locales	19	6,26	0,7335
Diversidad actividades complementarias	19	6,21	0,6306
Inversión pública en uso público e infraestructuras	19	6,21	0,6306

Fuente: Elaboración propia.

Incluso existe un mayor consenso en cuanto a los mayores valores medios que toman los factores que se localizan en estos tres grupos respecto a los que pertenecen al grupo de las condiciones de los factores. Así, mientras que a los tres primeros grupos se les asigna una desviación típica media de 0,7684 -sectores de apoyo y relacionados-, 0,8616 -condiciones de la demanda-, y 0,9381 -intervención de las administraciones públicas-, el valor medio de la desviación típica para las condiciones de los factores es de 1,0339.

Por otro lado, los valores que toman todos y cada uno de los factores a la hora de explicar el futuro desarrollo turístico sostenible y competitivo de los parques naturales andaluces de montaña son muy superiores a los que toman a la hora de explicar su desarrollo turístico actual, lo cual lleva a afirmar la importancia que tienen todos ellos, en su conjunto, para garantizar la sostenibilidad y competitividad de los procesos de desarrollo turístico. Esto es consecuencia, entre otros motivos, de la intensa competencia que existe actualmente en el mercado turístico, la cual hace necesario e imprescindible incidir en todos y cada uno de los factores que se vienen

considerando, así como por la importancia que tienen todos los agentes del destino a la hora de asegurar la sostenibilidad del proceso.

Por último, cabe comentar que, tanto en la explicación del diferente grado de desarrollo turístico actual como futuro, el “efecto sinergia”, es decir, la conjunción de los diferentes factores, se presenta como el factor más importante a considerar. En este sentido, el desarrollo turístico sostenible de estos espacios, tal y como se desprende de esta primera ronda del Delphi, es tarea de todos: administraciones públicas, tejido empresarial e incluso de los propios turistas y de la población local.

En definitiva, y en base a estos primeros resultados, se concluye que, si bien en un primer momento las condiciones de los factores básicos, tanto naturales como socioculturales, explican el diferente grado de desarrollo turístico experimentado por los parques naturales de montaña -enfoque macroeconómico de la competitividad basado en la ventaja comparativa-, los factores que van a explicar en mayor medida sus futuros desarrollos turísticos sostenible y competitivo se encuentran en otros grupos, concretamente en las formas de gestión del tejido empresarial -alojamientos turísticos y sectores de apoyo y relacionados con la actividad turística- y de las administraciones públicas -coordinación, planificación del turismo e inversión en equipamientos-. Y, como parte de esta gestión, en la capacidad que tengan todos estos agentes para captar y manejar aquellos segmentos de demanda más adecuados para garantizar la sostenibilidad de los procesos de desarrollo.

3.2. Factores explicativos del desarrollo turístico actual y futuro de los parques naturales andaluces de montaña: análisis de la segunda ronda del Delphi

En el Cuadro 7 se recoge los valores de los factores integrados en el “diamante” de competitividad para esta segunda ronda del Delphi. A continuación se analizan los resultados siguiendo el mismo esquema que en la primera ronda con objeto de ir comparando los resultados.

CUADRO 7
MEDIAS Y DESVIACIONES TÍPICAS DE LOS FACTORES DE LA 2ª RONDA
DEL DELPHI.

Factores	Desarrollo actual			Desarrollo futuro		
	N	Media	Desv. Típ.	N	Media	Desv. Típ.
Paisaje sinuoso y de grandes contrastes	17	5,59	1,1757	16	5,87	0,8851
Diversidad de fauna	17	4,35	1,4116	16	5,44	1,2093
Diversidad de flora	17	4,18	1,5506	16	5,37	1,3601
Clima suave	16	4,81	1,3769	16	5,19	1,5152
Presencia de días de nieve	17	3,94	1,5601	16	4,62	1,1475
Abundancia recursos hídricos	17	5,18	1,3800	16	6,00	0,8165
Localización del ENP	17	4,94	2,1642	16	5,50	1,5492
Patrimonio sociocultural	17	5,35	1,2719	16	6,25	0,8563
Mano de obra abundante	16	3,13	1,3102	15	4,93	0,9611
Formación de la población local	17	2,88	1,3173	16	5,69	0,7932
Capacidad emprendedora	17	3,53	1,6247	16	5,81	1,1673
Buena accesibilidad al ENP	17	4,88	1,9963	16	6,00	0,7303
Conexión entre municipios	17	4,18	1,7405	16	5,94	0,6801
Equipamiento de uso público	17	4,53	1,5459	16	6,25	0,7746
Infraestructuras de calidad ambiental	17	4,18	1,5098	16	5,94	0,9979
Infraestructuras sanitarias	17	3,94	1,3906	16	5,37	1,1475
Red eléctrica y telemática	16	4,06	1,3401	16	5,56	1,2093
Experiencia turística	17	4,76	1,5624	16	5,44	1,1529
Cursos de formación sobre el turismo	17	3,76	1,3005	16	6,00	0,8944
Hospitalidad de la población local	17	4,24	1,3005	16	5,87	0,8062
Condiciones de los factores		4,32	1,4915		5,65	1,0327
Diversidad de actividades complementarias	17	4,12	1,6912	16	6,06	0,6801
Variiedad y categoría de la restauración	17	4,65	1,5387	16	5,87	0,7188
AAVV receptoras que elaboren productos	17	3,59	1,6605	16	6,19	0,7500
Puntos información y centros recepción	17	4,06	1,5195	16	5,87	0,7188
Presencia de centrales de reservas	17	3,76	1,5624	16	5,75	0,7746
Tamaño de la economía local	17	3,65	1,4552	16	5,69	0,8732
Asociaciones de empresas turísticas	17	3,47	1,6627	16	5,87	0,8062
Relaciones entre empresas y AAPP	17	3,71	1,8630	16	6,06	1,1814
Sectores de apoyo y relacionados		3,88	1,6192	16	5,92	0,8129

continúa...

CUADRO 7
MEDIAS Y DESVIACIONES TÍPICAS DE LOS FACTORES DE LA 2ª RONDA
DEL DELPHI
(CONCLUSIÓN)

Factores	Desarrollo actual			Desarrollo futuro		
	N	Media	Dev. Típ.	N	Media	Dev. Típ.
Competencia intensa entre los alojamientos	17	3,53	1,4194	16	4,87	1,0878
Dedicación exclusiva a la gestión turística	17	4,12	1,6156	16	5,50	1,1547
Diversidad de servicios prestados	17	4,24	1,5624	16	5,94	0,7719
Capacitación de los empleados	17	3,82	1,7042	16	6,37	0,7188
Promoción mediante Internet, AAVV, C.R.	17	4,35	1,4975	16	6,44	0,7274
Estrategia, estructura y rivalidad		4,01	1,5599		5,82	0,8921
Exigencia del turista respecto a la calidad	17	4,65	1,4116	16	6,31	0,7041
Concienciación turista medioambiente	17	4,12	1,5363	16	6,12	0,8851
Fidelidad y número de turistas	16	4,69	1,1955	16	5,56	0,8921
Bajos niveles de estacionalidad	17	3,06	1,4349	16	5,44	1,2093
Condiciones de la demanda		4,13	1,3946		5,86	0,9227
Elaboración de PORN y PRUG	16	4,19	1,4245	16	5,25	1,3416
Elaboración de planes de uso público	17	4,29	1,5718	16	5,56	1,0308
Elaboración de planes de desarrollo turístico	17	4,00	1,7678	16	6,06	1,1236
Coordinación entre AAPP	17	3,59	1,4168	16	6,19	0,9106
Implicación de las AAPP	17	4,47	1,6247	16	6,19	0,9106
Importante superficie titularidad pública	17	4,29	1,6869	16	5,31	1,1955
Efecto gobierno		4,14	1,5821		5,76	1,0855
Conjunto de los factores: "efecto sinérgico"	17	5,65	1,2719	16	6,37	0,6191
El desarrollo turístico depende de factores casuales: "Efecto casual"	16	2,38	1,5864	16	2,62	1,8930

Fuente: Elaboración propia.

1.1.1. Factores explicativos del grado de desarrollo turístico actual de los parques naturales andaluces de montaña: 2ª ronda del Delphi

Tal y como se recoge en el Cuadro 8, y coincidiendo con los resultados obtenidos en la primera ronda, los factores que mejor explican el diferente grado de desarrollo turístico de estos parques naturales son los integrados en el vértice del

“diamante” de competitividad “condiciones de los factores”, fundamentalmente los básicos: factores naturales y socioculturales, apareciendo en esta segunda ronda los de localización.

CUADRO 8
**FACTORES QUE MÁS HAN INFLUIDO EN EL DIFERENTE GRADO DE
 DESARROLLO TURÍSTICO DE LOS PARQUES NATURALES ANDALUCES
 DE MONTAÑA (2º RONDA DEL DELPHI)**

Factores	N	Media	Desv. Tip.
Conjunción de una serie de factores (efecto sinergia)	17	5,65	1,2719
Paisaje sinuoso y de grandes contrastes	17	5,59	1,1757
Patrimonio sociocultural	17	5,35	1,2719
Abundancia de recursos hídricos	17	5,18	1,38
Localización del espacio natural protegido	17	4,94	2,1642
Buena accesibilidad al espacio natural protegido	17	4,88	1,9963
Clima suave	16	4,81	1,3769
Experiencia turística	17	4,76	1,5624
Fidelidad del turista	16	4,69	1,1955
Variedad y categoría de la restauración	17	4,65	1,5387

Fuente: Elaboración propia.

Así, al igual que ocurría en la primera ronda, de los diez factores que mejor explican el desarrollo turístico actual de estos parques, los ocho primeros que, a excepción del “efecto sinergia”, ocupan nuevamente el primer lugar pertenecen a las condiciones de los factores -factores básicos-. Estos factores son: el paisaje sinuoso y de grandes contrastes, el patrimonio sociocultural, la abundancia de recursos hídricos, la localización de los espacios naturales protegidos, el clima suave y la experiencia en la gestión turística.

Además de este grupo de factores, también adquieren una especial importancia, tal y como aparecía en la primera ronda, el vértice relacionado con las condiciones de la demanda, especialmente a través de la fidelidad y frecuentación de las visitas -aspectos cuantitativos-.

Un dato más del importante consenso alcanzado en esta segunda ronda lo encontramos en la coincidencia, respecto a la primera, de siete de los factores que más han influido en el desarrollo turístico estos territorios. Dichos factores son: el “efecto sinergia”, el paisaje sinuoso, los recursos hídricos, el patrimonio sociocul-

tural, el clima, la fidelidad del turista y la variedad y categoría de los restaurantes. Y aunque en esta ocasión el papel de las administraciones públicas ha quedado fuera de los diez primeros puestos, el valor que toma en esta segunda ronda también es significativamente elevado -4,47-, ocupando el puesto número doce.

Otro dato que demuestra el importante consenso al que se llega se encuentra en la coincidencia en ambas rondas de los cuatro factores que mejor explican el desarrollo turístico actual de los parques naturales andaluces. Estos cuatro factores son: el “efecto sinergia”, el paisaje sinuoso, el patrimonio sociocultural y los recursos hídricos. Asimismo, las desviaciones típicas que toman estos cuatro factores son inferiores en la segunda ronda, a excepción de la del “efecto sinergia”, lo cual demuestra el mayor grado de consenso alcanzado en la misma.

Sin embargo, en esta segunda ronda, al igual que ocurría en la primera, se le da muy poca importancia a los factores integrados en los vértices de los “sectores de apoyo y relacionados” y “estrategia, estructura y rivalidad de los alojamientos turísticos”. En este sentido, entre los diez primeros factores, a excepción de la variedad y categoría de la oferta de restauración, que también se recogía en la primera ronda, no aparece ninguno de los factores integrados en estos dos vértices. Por otra parte, como se desprende del Cuadro 9, los valores medios que toman estos vértices son los más bajos de los que conforman el “diamante”, tanto en la primera ronda como en la segunda.

CUADRO 9
VALORES MEDIOS DE LOS VÉRTICES DEL “DIAMANTE”: INFLUENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO ACTUAL DE LOS PARQUES NATURALES ANDALUCES DE MONTAÑA (1ª Y 2ª RONDA DEL DELPHI)

Vértices del “diamante”	1ª Ronda	2ª Ronda
Condiciones de los factores	4,08	4,32
Sectores de apoyo y relacionados	3,86	3,88
Estrategia, estructura y rivalidad	3,72	4,01
Condiciones de la demanda	4,06	4,13
Efecto gobierno	3,92	4,14
Efecto sinergia	6,05	5,65
Efecto casual	2,45	2,38

Fuente: Elaboración propia.

Así, al igual que ocurría en la primera ronda, los vértices con un mayor poder explicativo del desarrollo turístico actual son, por orden de importancia, los siguientes: el “efecto sinergia” y las “condiciones de los factores” -factores básicos-, en primer lugar; seguidos de las “condiciones de la demanda” -aspecto cuantitativo- y el “efecto gobierno”; y, por último, la “estrategia, estructura y rivalidad de los alojamientos turísticos”, los “sectores de apoyo y relacionados con la actividad turística” y el “efecto casual” como valor residual.

En definitiva, todos estos resultados demuestran, con un elevado grado de consenso, la reducida importancia que, en términos comparativos, han ejercido los factores relacionados con la gestión empresarial y los aspectos cualitativos de la demanda en el desarrollo turístico experimentado por los parques naturales andaluces en las últimas décadas, mientras que son las condiciones de los factores básicos, unidas a un importante incremento de la demanda turística y al apoyo de las administraciones públicas, los vértices del “diamante” que mejor explican estos procesos de desarrollo.

Por otro lado, el valor que toma el “efecto casual” en ambas rondas -2,45 en la primera y 2,38 en la segunda- es muy bajo, lo cual viene a indicar que el desarrollo turístico que presentan actualmente los parques naturales andaluces no es casual, sino producto de la interrelación de una serie de factores.

1.1.2. Factores explicativos del futuro desarrollo turístico sostenible y competitivo de los parques naturales andaluces de montaña: 2ª ronda del Delphi

En el Cuadro 10 se recogen los diez factores que mejor pueden explicar el futuro desarrollo turístico sostenible y competitivo de los parques naturales andaluces de montaña.

Como se extrae del citado Cuadro, de los diez factores que mejor pueden contribuir a explicar el futuro desarrollo turístico competitivo y sostenible, tan sólo dos pertenecen a las condiciones de los factores -equipamiento de uso público y patrimonio sociocultural-, por lo que, tal y como se extraía de la primera ronda, este grupo de factores comienza a perder protagonismo. En este sentido, si se analiza el Cuadro 11, se observa cómo el vértice de las condiciones de los factores, junto con el “efecto casual”, tanto en la primera ronda como en la segunda, toman los valores más bajos.

CUADRO 10
**FACTORES QUE MÁS INFLUIRÁN EN EL DESARROLLO TURÍSTICO
 SOSTENIBLE Y COMPETITIVO DE LOS PARQUES NATURALES
 ANDALUCES DE MONTAÑA (2ª RONDA DEL DELPHI)**

Factores	N	Media	Desv. Tip.
Promoción a través de Internet, AAVV, etc.	16	6,44	0,7274
Conjunción de una serie de factores (efecto sinergia)	16	6,37	0,6191
Capacitación de los empleados	16	6,37	0,7188
Exigencia del turista respecto a la calidad	16	6,31	0,7041
Equipamiento de uso público	16	6,25	0,7746
Patrimonio sociocultural	16	6,25	0,8563
AAVV receptoras que elaboren productos	16	6,19	0,75
Coordinación entre las AAPP	16	6,19	0,9106
Implicación de las AAPP	16	6,19	0,9106
Concienciación del turista respecto al medioambiente	16	6,12	0,8851

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 11
**VALORES MEDIOS DE LOS VÉRTICES DEL “DIAMANTE”: INFLUENCIA EN
 EL FUTURO DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE Y COMPETITIVO DE
 LOS PARQUES NATURALES ANDALUCES DE MONTAÑA**

Vértices del “diamante”	1ª Ronda	2ª Ronda
Condiciones de los factores	5,46	5,65
Sectores de apoyo y relacionados	5,93	5,96
Estructura, estrategia y rivalidad	5,71	5,82
Condiciones de la demanda	5,93	5,86
Efecto gobierno	5,93	5,76
Efecto sinergia	6,53	6,37
Efecto casual	2,38	2,62

Fuente: Elaboración propia.

En cambio, son los vértices de los “sectores de apoyo y relacionados” y de la “estrategia, estructura y rivalidad de los alojamientos turísticos”, los que ganan un mayor peso y, por tanto, adquieren especial importancia a la hora de implementar una estrategia turística sostenible y competitiva en estos destinos. De hecho, mientras que sólo uno de los factores pertenecientes a estos grupos aparecen entre los diez

primeros a la hora de explicar el desarrollo turístico actual -variedad y categoría de la restauración⁵-, son tres los que aparecen a la hora de explicar el futuro desarrollo turístico sostenible y competitivo. Estos tres factores son: promoción a través de Internet y agencias de viajes, capacitación de los empleados e implantación de agencias de viajes receptoras que elaboren productos turísticos locales.

Así, coincidiendo con los resultados de la primera ronda del Delphi, cabe destacar la progresiva importancia que comienza a tener la gestión privada y pública a la hora de explicar el desarrollo turístico sostenible y competitivo de estos territorios.

Por otro lado, las condiciones de la demanda también ejercen un importante papel a la hora de impulsar una estrategia de competitividad turística sostenible en los parques naturales andaluces, si bien, de sus aspectos cuantitativos -fidelidad y frecuentación de los turistas-, explicativos del desarrollo turístico actual, se pasa a valorar más sus aspectos cualitativos -exigencia y concienciación medioambiental de los turistas-. Estos aspectos cualitativos de la demanda se sitúan entre los diez primeros factores.

Por su parte, las administraciones públicas siguen ejerciendo un importante papel en el desarrollo turístico sostenible y competitivo de estos destinos, pues tres de los factores relacionados con este vértice se encuentran entre los diez primeros.

Otro dato que demuestra el importante grado de consenso alcanzado es que ocho de los diez factores que mejor explican el futuro desarrollo turístico sostenible de estos parques también aparecían en la primera ronda, motivo por el cual se considera oportuno no incluir una nueva ronda, sobre todo si se considera que el número de “expertos” que contestaron esta segunda ronda se redujo a 3, siendo previsible que en la tercera se redujera aún más.

Por su parte, el elevado valor que toma nuevamente el “efecto sinergia” viene a contrastar, una vez más, el enfoque sistémico sobre el que debe basarse el análisis de la competencia de los destinos turísticos.

Por último, cabe resaltar y confirmar, tal y como ya se apuntaba en el análisis de la primera ronda, la reducida importancia que tiene el “efecto casual” a la hora de explicar el desarrollo turístico sostenible y competitivo de estos espacios naturales protegidos, el cual responderá a la interrelación de una serie de factores.

5 Este factor aparece, dentro de esos diez factores, en último lugar.

4. CONCLUSIONES

Este artículo, a partir del enfoque estratégico y territorial de análisis de la competencia, tomando como modelo el “diamante” de competitividad de Porter, profundiza, mediante un análisis Delphi, en los factores explicativos del desarrollo turístico actual y futuro de los parques naturales andaluces de montaña, demostrándose, una vez más, la aplicabilidad de este modelo al análisis competitivo de los destinos turísticos. Y, más concretamente, a los parques naturales andaluces. Las principales conclusiones son:

- El diferente grado de desarrollo turístico actual de los parques naturales andaluces de montaña viene explicado, en su mayor parte, por el vértice del “diamante” “condiciones de los factores básicos”, si bien los vértices relacionados con las “condiciones de la demanda”, en sus aspectos cuantitativos, y con el “efecto gobierno”, han apoyado en gran medida ese proceso de desarrollo, motivo por el cual el “efecto sinergia” ocupa el primer lugar. Este modelo se corresponde con el enfoque macroeconómico y a corto plazo de análisis de la competencia, basado en la ventaja comparativa, el cual comienza a generar una serie de impactos negativos en los territorios donde se desarrolla de una forma intensiva esta actividad.
- Por su parte, los factores explicativos del futuro desarrollo turístico sostenible y competitivo de los parques naturales andaluces de montaña deberán descansar en aquellos vértices del “diamante” relacionados con la capacidad de gestión del tejido empresarial y de las administraciones públicas para concienciar y captar a determinados tipos de turistas. En este caso el “efecto sinergia” también adquiere un valor destacado, si bien los tipos de interrelaciones entre los factores serán significativamente diferentes. Estos resultados llevan a un modelo teórico de análisis de la competencia basado en el enfoque estratégico territorial a largo plazo, y en la continua creación de ventajas competitivas.

En definitiva, a la hora de impulsar procesos de desarrollo turístico competitivo y sostenible en los parques naturales andaluces de montaña, se deberá pasar de un enfoque cuantitativo, con una visión a corto plazo, a otro cualitativo, más a largo plazo. Para ello, se deberá fomentar y mejorar la capacidad de gestión turística, tanto del tejido empresarial como de las diferentes administraciones públicas, a partir de una adecuada gestión del conocimiento, fomentando la cooperación y coordinación entre las mismas, pues sólo de esta forma se garantizará la sostenibilidad de los procesos.

BIBLIOGRAFÍA

- ARAQUE, E. (2001): "Espacios protegidos y desarrollo turístico. El ejemplo de los parques naturales de la provincia de Jaén", en Cantero Quesada, J.M. (coord.): *Planificación y gestión del turismo en el medio rural, Centro del Turismo Interior de Andalucía*, Jaén, p.p. 143-179.
- BORDÁS, E. (1999): "Hacia la competitividad de la empresa turística", en *Bayón Maríné: 50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural*, Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid.
- BORDÁS, E. (2001): "Improving public-private sectors cooperation in tourism: a new paradigm for destinations." *Tourism Review*, vol. 56, nº 3+4, p.p. 38-41.
- CANALS, J. (1991): *Competitividad internacional y estrategia de la empresa*. Ariel Economía, Barcelona.
- CARÚS, L. (2002): *Análisis estratégico comparado de ubicaciones de recreo de alta montaña. Alpes, Rocosas y Pirineu Lleidatà*, Universidad de Lérida y Patronato de Turismo de la Diputación de Lérida, Lérida.
- CONSEJERÍA DE MEDIOAMBIENTE (2004): *El empleo y las actividades ecoturísticas en Andalucía*, Dirección General de Planificación, Consejería de Medio Ambiente, Sevilla.
- CONSEJERÍA DE MEDIOAMBIENTE (1998): *Medio Ambiente en Andalucía*, Informe 1997, Consejería de Medio ambiente, Sevilla.
- CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTE (2000): *Plan Senda. Desarrollo de un sistema turístico sostenible y competitivo integrado en el espacio rural andaluz*, Dirección General de Planificación Turística, Sevilla.
- CONSEJO MUNDIAL DEL TURISMO Y VIAJES (2004): *Monitor de competitividad*, en www.wtco.org/compMon.htm.
- CORRALIZA, J.A. et al (2002): *Los Parques Naturales en España: conservación y disfrute*, Fundación Adolfo Martín Escuredo, Madrid.
- CROUCH, G.I., y RITCHIE, J.R.B. (1995): "Destination competitiveness and the role of the tourism enterprise", *IV Congreso Anual de Negocios*, Estambul, Turquía, 13.16 de julio, p.p. 43-48.
- CROUCH, G.I. y RITCHIE, J.R.B. (1999): "Tourism, competitiveness, and societal prosperity". *Journal of Business Research*, nº 44, p.p. 137-152.
- DWYER, L. y KIM, CH. (2003): "Destination competitiveness: a models and determinants", *Current issues in tourism*, vol. 6, nº 5, p.p. 369-414.
- FAYÓS, E. (1994): "Competitividad y calidad en la nueva era del turismo", *Estudios Turístico*, nº 123, p.p. 5-10.
- FORO ECONÓMICO MUNDIAL (2007): *The travel & tourism competitiveness report 2007. Furthering the process of economic developvment*, en www.weforum.org.
- FORO ECONÓMICO MUNDIAL (2004): *The World Competitiveness Report. Executive Summary*. Documento obtenido de la página web www.weforum.org en diciembre de 2004.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (1992): *Reforçament de l'avantatge competitiu del sector turística Catalunya*, Generalitat de Catalunya, Mimeo.
- KIM, C.H. (2001): *Destination competitiveness: development of a model with aplicacion to Australia and the Republic of Korea*, Korea Tourism Research Institute. Corea.
- MARCHENA, M. et al. (1992): *Ocio y turismo en los parques naturales andaluces*, Dirección General de Turismo, Sevilla.
- MIRABELL, O. (1999): "Visión estratégica de las organizaciones virtuales en el turismo. Aprovechamiento de las tecnologías de la comunicación y la información en la competitividad de las empresas turísticas", *Estudios Turísticos*, nº 142, p.p. 73-84.
- MONFORT, V.M. (1999): *Competitividad y factores críticos de éxito en los destinos turísticos mediterráneos: Benidorm y Peñíscola*, Tesis Doctoral, Universidad de Valencia. Valencia.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2001): *Cooperación entre sectores público y sector privado*, OMT, Madrid.
- PEDREÑO, A. (dir.) (1996): *Introducción a la economía del turismo en España*, Civitas, Madrid.
- PORTER, M. E. (1990): *La ventaja competitiva de las naciones*, Plaza & Janés, Barcelona, (versión española, 1991).

- PULIDO J.I. (2005): *Criterios para una política turística sostenible en los parques naturales de Andalucía*, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Sevilla.
- RODRÍGUEZ, M.M (2000): *Competitividad y análisis estratégico del sector turístico: una primera aproximación a la potencial creación de un cluster institucional para la mejora competitiva de las zonas Rías Bajas*, Tesis Doctoral, Departamento de Organización de Empresas y Marketing, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Vigo.
- RODRÍGUEZ, M.M. y GUIADO, M. (2003): "Competitividad y análisis estratégico del sector turístico en Galicia: consideraciones para la mejora competitiva", *Revista Gallega de Economía*, vol. 12, nº 1.
- SÁNCHEZ, M. (2006): "Elaboración de un ranking de competitividad de los destinos turísticos españoles: un análisis provincial mediante modelos de estructura latente", en *Revista de Análisis Turístico*, nº 1, p.p. 4-22.
- SÁNCHEZ, M. y FAJARDO, M.A. (2004): "La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. Aplicación a los municipios extremeños" en *Jornadas de Economía del Turismo*, Palma de Mallorca 28, 29 de mayo.
- VERA, J.F. (coord.) (1997): *Análisis territorial del turismo*. Ariel Geografía. Barcelona.

