

## Análisis y caracterización de los potenciales visitantes de un espacio natural protegido litoral: el caso del Parque Natural de las Lagunas de la Mata y Torrevieja (Alicante)

**Jennifer Pinar Pinar\*** **Marco Antonio Celdrán-Bernabeu\*\***  
**Esther Sebastian\*\*\*** **Adrian Antonio Orihuela Torres\*\*\*\***  
Universidad de Alicante (España)

**Resumen:** El presente trabajo de investigación trata de aproximarse al nivel de conocimiento y atracción del Parque Natural de las Lagunas de La Mata y Torrevieja (Alicante), así como profundizar en los factores determinantes de su visita. Todo en el marco evolutivo de los destinos de sol y playa, y la necesidad de establecer nuevas líneas de trabajo orientadas a la cualificación y diversificación del turismo litoral, gracias a la puesta en valor de recursos infravalorados que promuevan productos y servicios sostenibles. Para ello, esta investigación utiliza una metodología combinada sustentada en la revisión de la literatura científica relacionada con los espacios naturales protegidos y su potencialidad para diversificar, diferenciar y cualificar destinos turísticos. Además, se utilizan técnicas cuantitativas y cualitativas, concretamente el desarrollo de un cuestionario estructurado dirigido a potenciales visitantes de este espacio natural protegido del sureste español, así como entrevistas en profundidad a los agentes directamente relacionados con la gestión y promoción de este espacio natural. Como principales resultados, este trabajo subraya la importancia de tener en cuenta las motivaciones turísticas y resalta la relevancia de aprovechar el atractivo de las aves como un recurso turístico de primer nivel.

**Palabras Clave:** Turismo sostenible; Espacios naturales protegidos; Planificación turística; Turismo litoral; gestión de visitantes.

### Analysis and characterisation of potential visitors to a protected coastal natural area: the case of the Lagunas de la Mata y Torrevieja Natural Park (Alicante)

**Abstract:** The present research study aims at gauging the level of knowledge and attraction of the Natural Park of the Lagunas de La Mata and Torrevieja (Alicante), as well as to delve into the determining factors for visiting them from within the evolving framework of 3S destinations, and the need to establish new approaches towards diversification and enhanced quality of coastal tourism, by complementation with undervalued resources that promote sustainable products and services. To this end, this research uses a combined methodology based on a review of the scientific literature relating to protected natural areas and their potential to diversify, differentiate and qualify tourist destinations. In addition, quantitative and qualitative techniques are used, specifically the design of a structured questionnaire aimed at potential visitors to this protected natural area in southeastern Spain, as well as in-depth interviews with agents directly related to the management and promotion of this natural area. As main results, this work underlines the importance of taking into account the tourist motivations and highlights the relevance of taking advantage of the attractiveness of ornithology as a first level tourist resource.

**Keywords:** Sustainable tourism; Protected natural areas; Tourism planning; Coastal tourism; Visitor management.

\* E-mail: [jenniferpinar25@gmail.com](mailto:jenniferpinar25@gmail.com).

\*\* <https://orcid.org/0000-0003-1310-1241> ; E-mail: [ma.celdran@ua.es](mailto:ma.celdran@ua.es).

\*\*\* <https://orcid.org/0000-0001-7229-1845> ; E-mail: [esther.sebastian@ua.es](mailto:esther.sebastian@ua.es).

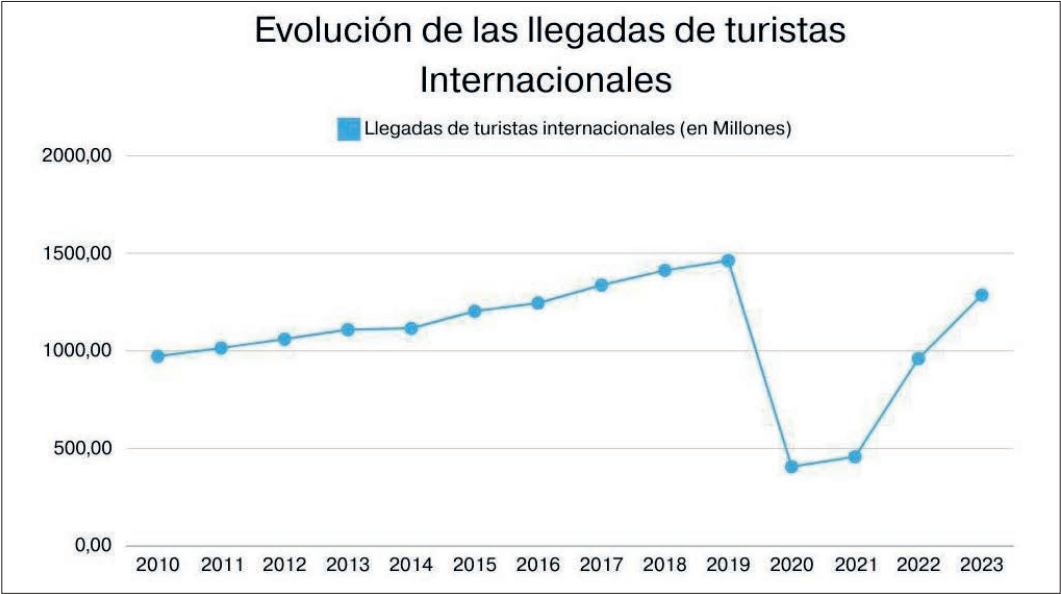
\*\*\*\* <https://orcid.org/0000-0002-7186-3984> ; E-mail: [adrian.oriuela@ua.es](mailto:adrian.oriuela@ua.es).

**Cite:** Pinar Pinar, J.; Celdrán-Bernabeu, M. A.; Sebastian, E. & Orihuela Torres, A. A. (2026). Análisis y caracterización de los potenciales visitantes de un espacio natural protegido litoral: el caso del Parque Natural de las Lagunas de la Mata y Torrevieja (Alicante). *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(1), 235-253. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.015>.

1. Introducción

El turismo es uno de los sectores de más rápido crecimiento económico en todas las regiones del mundo. De hecho, según datos recopilados por la Organización Mundial del Turismo (OMT,2023), ha mostrado el mantenimiento de una tasa de crecimiento anual constante, a pesar de los vaivenes motivados por coyunturas políticas, sanitarias y civiles, entre otras. En este sentido, el crecimiento del sector se vio abruptamente detenido con la irrupción de la COVID-19 (Hall et al., 2020; Hewlett et al., 2024). La llegada de esta situación pandémica llevó al sector turístico a experimentar un colapso a nivel global. Tal y como se observa en la Figura 1, las llegadas de turistas internacionales marcaron mínimos históricos desde 2011, llegando a suponer tan solo 239.64 millones de turistas. Esta crisis ha tenido un impacto significativo en la economía global del turismo, debido al establecimiento de estrictas restricciones de viaje en todos los países del mundo (Hall et al., 2020), causando graves consecuencias en todos los subsectores del turismo y motivando cambios en la forma en que las personas viajan. En la actualidad, el turismo internacional está en camino para recuperar los niveles pre-pandémicos en 2024. Así lo indica el primer barómetro del año 2024 de la ONU Turismo: en 2023 se alcanzaron un total de 1.300 millones de viajes internacionales y se estima un crecimiento del 2% por encima de los niveles de 2019, niveles anteriores a la pandemia (OMT,2023).

Figura 1: Llegadas de turistas internacionales a nivel mundial por año.



Elaboración propia

Fuente: UN Tourism Data Dashboard 2023

Por otro lado, el informe anual de la Federación de Parques Naturales y Nacionales de Europa (EUROPARC, 2020) puso de manifiesto cómo la pandemia ha provocado una transformación significativa en la forma en que las personas visitan las áreas naturales protegidas. Las restricciones de movimiento impuestas debido a la pandemia han llevado a un cambio en las preferencias y motivaciones de los turistas, quienes ahora buscan más los destinos naturales con experiencias al aire libre. Este cambio se debe, en parte, a la necesidad de mantener el distanciamiento social y evitar aglomeraciones, lo que ha llevado a una mayor valoración de los espacios naturales menos concurridos y más seguros (Ríos-Rodríguez et al.,2022).

En este contexto de cambio, el turismo de naturaleza ha ido ganado una atención creciente desde el ámbito académico e institucional, reflejando un proceso evolutivo dentro del sector turístico mundial (Deng et al., 2002; Strzelenka, 2023)). Esto ha llevado al nacimiento de nuevos perfiles de turistas y

necesidades, tanto para el destino como para el turista. Este tipo de turismo implica visitar destinos para disfrutar y conservar el capital natural, fortaleciendo así las economías regionales. La región mediterránea es especialmente atractiva para este tipo de turismo, configurándose como una región turística de referencia a nivel mundial (Ren et al., 2019). Destacan en ella los denominados destinos consolidados de sol y playa, donde el turismo de naturaleza es considerado como una pieza esencial para ampliar, diversificar y cualificar la oferta turística propia del turismo de masas (Clavé y Wilson, 2016). Sin embargo, existen retos a abordar relacionados con el diseño de estos nuevos productos y servicios, reducir la estacionalidad y la necesidad de establecer procesos de desarrollo sostenible en estas áreas naturales protegidas (Climent et al., 2011; Vera-Rebollo et al., 2013).

El turismo de naturaleza se define como aquel tipo de desplazamiento que realizan los turistas para visitar recursos naturales tales como parques, áreas naturales y otros hábitats protegidos con diversidad donde observar flora y fauna (Fredmand y Margaryan, 2020; Laarman et al., 1993). La motivación de estas prácticas de ocio es diversa, ya que satisface a una gran cantidad de necesidades humanas tales como la recreación, educación, ciencia y, en ocasiones, aventura. Conviene recordar que este tipo de turismo también es un subconjunto de tipologías muy diversas entre sí. En él se encuentra, por ejemplo, el turismo de esparcimiento en la naturaleza y el turismo activo deportivo. El turismo rural es otra de las subcategorías del turismo de naturaleza, que tiene lugar en entornos rurales y que se caracteriza por la búsqueda de atractivos relacionados con el descanso, el paisaje, la cultura tradicional (Buckley, 2020). Esta diversidad de tipologías dentro del turismo de naturaleza también da lugar a perfiles de turistas diversos. Perfiles “aventureros”, que buscan desafíos y actividades físicas intensas; los “naturalistas y admiradores de la naturaleza”, interesados en conocer y respetar el entorno natural; los “campistas” que van desde aquellos que solo buscan descanso; los “turistas de naturaleza ocasionales” que exploran la naturaleza como parte de un viaje más amplio; y los “colectivos de estudiantes y personas mayores” que, aunque organizados, pueden causar impactos significativos debido a su tamaño y comportamiento. Estos últimos a menudo participan en programas de educación ambiental y suelen tener estancias cortas (Vera et al., 2013).

El turismo de naturaleza ofrece un interesante complemento a los destinos litorales, enmarcados desde hace años en procesos de reconversión turística como consecuencia del estancamiento de la oferta de sol y playa tradicional con relación a los nuevos patrones de la demanda (Agarwal, 2002; Vera-Rebollo et al., 2016). Concretamente, se trata de modelos turísticos con una marcada estacionalidad y un elevado peso de la vertiente turístico-residencial, que ven limitada su competitividad como consecuencia de inercias turístico-territoriales ancladas a la transformación de suelo. Es por este motivo que resulta imprescindible cualificar los destinos turísticos litorales y orientar su oferta turística hacia patrones de sostenibilidad (Nuevo-López & del Vas, 2021). En los últimos años, el turismo en espacios naturales protegidos ha experimentado un crecimiento constante, generando un impacto positivo significativo en el turismo a nivel global. En 2023, los espacios naturales protegidos atrajeron cientos de millones de visitantes a nivel mundial (Spenceley et al., 2021), aunque las cifras exactas varían según la fuente y la región. Por ejemplo, el ecoturismo sigue creciendo como una de las principales formas de turismo sostenible, y las áreas protegidas, que cubren aproximadamente el 16% de las superficies terrestres y el 8% de los océanos, son esenciales para la conservación y el turismo responsable. Este tipo de turismo genera beneficios económicos importantes al tiempo que promueve la conservación. Sin embargo, también enfrenta retos de manejo sostenible y equidad para comunidades locales (Protected Planet, 2024).

El principal objetivo de esta investigación es aproximarse al grado de conocimiento, atractivo y factores determinantes de visita del Parque Natural de las lagunas de La Mata y Torrevieja, un caso de estudio enclavado en uno de los destinos turísticos de sol y playa más importantes del mediterráneo español: Torrevieja (Alicante). Para conseguir este objetivo se realiza un cuestionario a los visitantes de las oficinas de turismo locales, con el fin de conocer su valor de complementariedad en el contexto del turismo de sol y playa. Los resultados de estos cuestionarios son validados con entrevistas en profundidad a agentes relacionados con la gestión e información de este espacio. Finalmente, se dirimen estrategias encaminadas a mejorar la gestión y experiencia en este parque natural.

## 2. El turismo en los espacios naturales protegidos y la evolución del turismo litoral

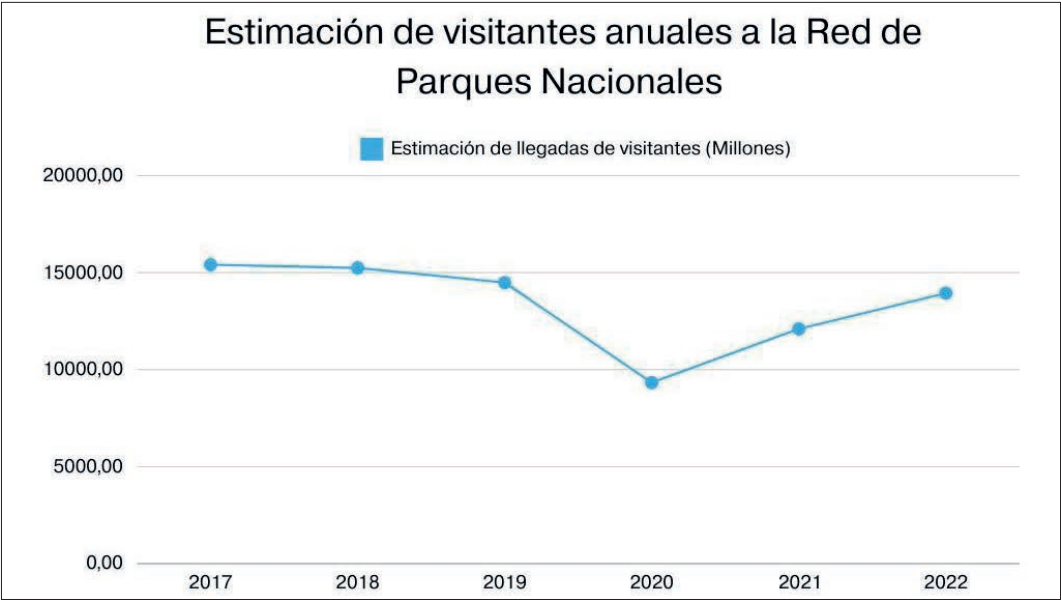
Las áreas protegidas abarcan una amplia diversidad de entornos naturales y seminaturales que han evolucionado a lo largo de la historia (Agencia Europea del Medio Ambiente, 2023). Estas áreas son administradas con el objetivo principal de preservar la biodiversidad y proteger los ecosistemas naturales, así como los procesos ecológicos y culturales asociados. A nivel mundial, se han establecido

un total de 217.155 áreas protegidas, cubriendo el 14.7% de la superficie terrestre y el 4.12% del área marina total del planeta (Canteiro et al., 2018).

Desde punto de vista turístico, el turismo de naturaleza se ha convertido en una de las tendencias emergentes del escenario turístico actual y está ganando cada vez más relevancia (Carrillo-Vargas et al., 2021). De acuerdo con la Asociación de Ecoturismo en España (2020), el ecoturismo y otras formas de turismo de naturaleza constituyen el 20% del turismo a nivel mundial. En España, el número de visitantes a espacios naturales ha experimentado un constante aumento en los últimos años, llegando a registrarse en 2019 alrededor de 15 millones de visitas en los espacios naturales del país (EUROPARC, 2020).

En el ámbito español, se ha observado un aumento significativo en el turismo dentro de las áreas protegidas de la Red de Parques Nacionales. En 2017, se alcanzó el punto máximo con un total de 15.406 millones de visitas registradas. Sin embargo, en 2020, debido a las restricciones de viaje y cierres de parques relacionados con la pandemia de COVID-19, hubo una marcada disminución en las llegadas de visitantes, con solo 9.328 millones. No obstante, a partir de 2022 se comenzó a vislumbrar una recuperación, con un total de 13.937 millones de llegadas de visitantes (EUROPARC, 2023; MITECO, 2021; OAPN, 2022).

Figura 2: Visitantes anuales en la Red de Parques Nacionales



Elaboración propia a partir de OAPN y MITECO

No obstante, conviene recordar que la relación entre el turismo y los espacios naturales protegidos es profundamente compleja, dado que la actividad turística en estas áreas conlleva tanto retos como oportunidades que deben ser previamente analizadas. Por un lado, tenemos que el turismo presenta la potencialidad de mejorar las dinámicas económicas de estos espacios, fomentando a su vez una mayor a protección y conservación del patrimonio natural y cultural, al tiempo que se mejora la calidad de vida de turistas y ciudadanos (Buckley, 2002; Ryman, A., 2016; Zachrisson et al., 2006). Sin embargo, el desarrollo turístico también puede acarrear una serie de desafíos (Belsoy et al., 2012), como pérdidas sociales relacionadas con cambios en las costumbres y tradiciones de las comunidades locales, degradación ambiental que implica la pérdida de ecosistemas y biodiversidad, contaminación del aire, agua, suelo, etc (Larson et al. 2016, Orihuela-Torres et al., 2023).

Tanto los gestores como los administradores públicos desempeñan un papel fundamental en la planificación del desarrollo del turismo, monitoreando tanto las amenazas como las oportunidades del

desarrollo turístico con el propósito de conservar y preservar estos lugares naturales para las generaciones actuales y futuras (Eagles, 2009). En este contexto, Leung (2018) ofrece orientaciones prácticas interesantes sobre la gestión sostenible del turismo y los mecanismos de financiación innovadores, todo con el objetivo de evaluar la aceptabilidad de los efectos negativos y proponer estrategias para una gestión sostenible. Otros autores consideran que la participación ciudadana puede ser una vía para controlar el uso y la conservación de la naturaleza, garantizando la sostenibilidad a largo plazo del turismo y los recursos naturales (Jamal & Stronza, 2009; Nyaupane et al., 2022).

Por otro lado, desde hace décadas, los espacios naturales protegidos han despertado un gran interés en la actividad turística. Esto se debe a la emergencia de perfiles de demanda renovados (Gross et al., 2023) que buscan una reconexión con la naturaleza. Este interés surge como respuesta al creciente proceso de urbanización y al aumento de los niveles culturales y de concienciación ambiental. En consecuencia, surge una oportunidad para la creación de productos turísticos sostenibles. Estos productos no solo pueden ofrecer experiencias turísticas positivas para los mercados turísticos, sino que también pueden apoyar el desarrollo económico regional. Además, estos productos pueden alinearse con la conservación de la naturaleza y los paisajes “tradicionales” (Butzmann & Job 2020).

Esta tendencia ha llevado también a un cierto estancamiento de los denominados destinos consolidados de sol y playa. Destinos generalmente masificados, que en ocasiones se alejan de los nuevos requerimientos del turista actual. A este respecto, es importante tener en cuenta que no existe un “visitante tipo” de los espacios protegidos, más bien una enorme diversidad de visitantes con características, expectativas, niveles de participación y pautas de gasto diferentes (Eagles, 2002). Estos turistas/visitantes van, desde aquellos motivados por la “moda ecológica” y la influencia del marketing, a quienes desean disfrutar sus vacaciones en paisajes naturales poco alterados, con una gran belleza paisajística y una rica variedad de flora y fauna, hasta aquellos que poseen una auténtica conciencia ambiental y disfrutan plenamente del contacto con áreas silvestres, dedicándose a su observación y conservación de manera activa (Ulate, 2009).

Por otro lado, y en el marco de la evolución del turismo litoral, parece clara la importancia de estos espacios para fomentar la puesta en marcha de nuevas experiencias turísticas que permitan ofrecer productos de naturaleza finalistas o complementarios en destinos tradicionales, con una oferta turística dominada por la estacionalidad e indiferenciación. Desde hace décadas, se advierten signos de degradación en los destinos litorales consolidados, así como dificultades para adecuarse a los nuevos escenarios desde el lado de la demanda. En este sentido, los destinos turísticos litorales acusan problemas relacionados con la adecuación a la demanda, el deterioro de los recursos y atractivos que fundamentaron su éxito inicial y, en suma, dificultades para garantizar un turismo sostenible (Celdrán-Bernabeu et al., 2023). El problema clave está en precisar y delimitar el umbral a partir del cual se produce una situación de declive, sobre la base de factores relacionados con la sostenibilidad del modelo y que no con aspectos exclusivamente sectoriales. Es decir, no es solo el declive en materia turística sino la degradación ambiental lo que debe preocupar en destinos con una acusada especialización y sus efectos económicos y sociales.

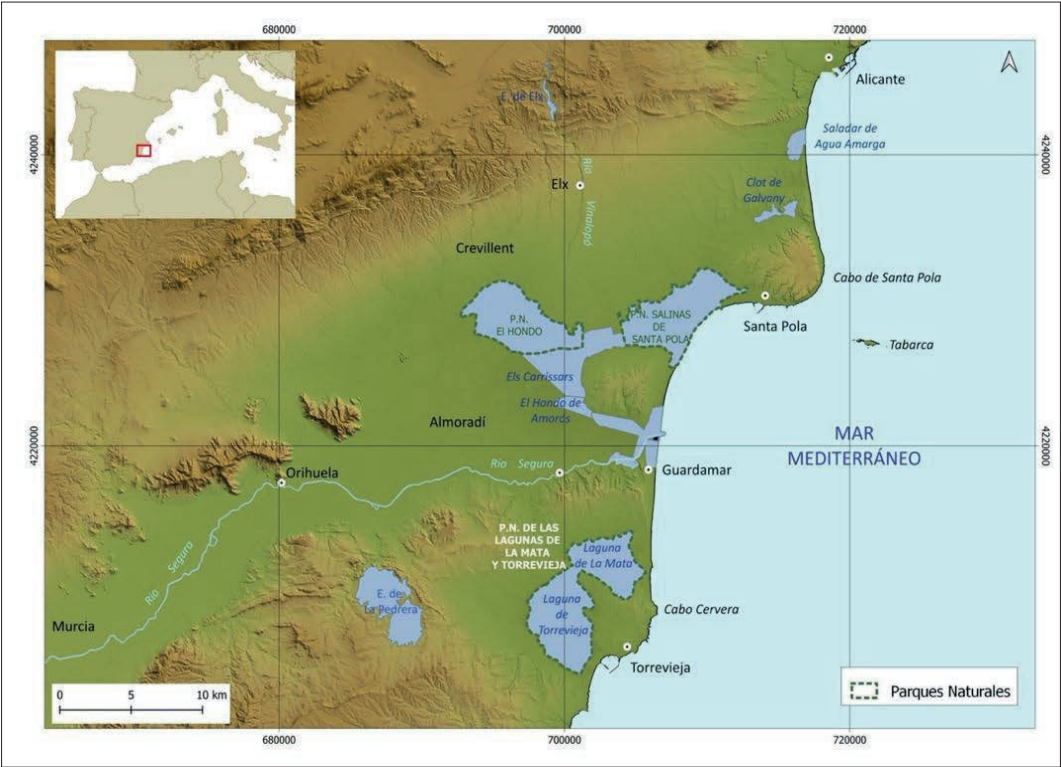
## 2.1. El Parque Natural de las lagunas de La Mata y Torrevieja (Alicante)

El Parque Natural de las Lagunas de La Mata y Torrevieja se extiende sobre los municipios alicantinos de Torrevieja, Guardamar del Segura, Los Montesinos y Rojales, y ha sido seleccionado como caso de estudio de esta investigación debido a su relevancia y enclave en el municipio de Torrevieja (Alicante, España). Uno de los destinos tradicionales de sol y playa más relevantes del mediterráneo español.

Este parque natural fue designado por el Consell de la Generalitat Valenciana a través del Decreto 189/1998 y abarca un total de 3.700 hectáreas, de las que 2.100 son láminas de agua correspondientes a la Laguna de Torrevieja (1.400 hectáreas) y la Laguna de La Mata (700 hectáreas). Las dos lagunas están separadas entre sí por un anticlinal llamado “El Chaparral”. Por otro lado, un canal une al norte ambas lagunas que, además, están comunicadas de forma artificial con el mar por medio de los conocidos como Acequión de Torrevieja (1482) y Canal de La Mata (1929). Los suelos del parque son salinos y el clima es semiárido con precipitaciones anuales inferiores a los 300 mm y elevadas temperaturas. Se distinguen zonas de saladar, zonas de carrizal-juncal y monte. El saladar está presente en las redondas de las lagunas con salinidad elevada y el carrizal-juncal se sitúa en zonas de las orillas y redondas con salinidad menos pronunciada y encharcadas. Las zonas de monte se localizan principalmente en las zonas elevadas del Chaparral y presentan una vegetación conformada principalmente por pinar y arbustos termomediterráneos. Este parque recoge una amplia red de recursos histórico-culturales y naturales que generan un entorno de gran atractivo para el desarrollo de actividades turístico-recreativas.



Figura 3: Mapa de localización del Parque Natural de las Lagunas de La Mata y Torrevieja



Fuente: Elaboración propia

El paisaje del Parque Natural de las Lagunas de La Mata y Torrevieja es muy singular, conformando un humedal de tamaño mediano que destaca por sus dos lagunas. Una de ellas, la Laguna de Torrevieja, tiene un característico color rojizo debido a la alta concentración de sal y a la presencia de pigmentos carotenoides, que protegen a las halobacterias presentes en la laguna (Pujol-Fructuoso y Calvo-Sendín, 1997). Esta laguna alberga la industria salinera de la ciudad de Torrevieja. Por otro lado, la Laguna La Mata presenta una tonalidad verde, atribuible en parte a su menor salinidad, y es en este entorno donde se desarrolla la actividad vitivinícola (Ramsar, 2020).

La mayor parte de este espacio natural protegido se encuadra en el municipio de Torrevieja, que origina un ecosistema con peculiaridades faunísticas y florísticas, que han sido reconocidas en el ámbito nacional e internacional. Se trata de un caso paradigmático del proceso de transformación de una población costera mediterránea, dedicada desde sus orígenes a la producción salinera, la pesca y la navegación, que experimenta una radical transformación, a partir de los años 60 del pasado siglo, debido a la eclosión del turismo y a la actividad de la construcción (Vera-Rebollo et al., 2016).

El término municipal de Torrevieja se extiende por una superficie de 71,44 km<sup>2</sup> donde residen alrededor de 94.300 habitantes (INE, 2024), con una extensa línea costera de 20 kilómetros y un clima cálido y seco que lo convierten en un destino atractivo, tanto para turistas españoles como extranjeros. Su modelo turístico se ha decantado de manera rotunda por la vertiente residencial, es decir, la construcción de viviendas dirigidas fundamentalmente al mercado de la segunda residencias. Estas construcciones se localiza en nuevos asentamientos periféricos y en el propio núcleo urbano. Existe una total dependencia del turismo, ya que los servicios suman el 91,11% del empleo local (Estrategia de Desarrollo Turístico de Torrevieja, 2020).

Respecto a la rica diversidad faunística, destaca la gran variedad de aves que lo habitan, siendo el grupo faunístico más numeroso y fácil de ver (Pujol-Fructuoso y Calvo-Sendín, 1997). Entre las más espectaculares, se encuentra el icónico flamenco (*Phoenicopterus ruber*), el elegante zampullín cuellinegro

(*Podiceps nigricollis*) y varias especies de limícolas. Estas aves utilizan el parque como lugar de nidificación e invernada. Además de las aves, el parque alberga una amplia gama de otras especies de vertebrados autóctonas, como conejos, liebres, perdices, zorros, lirones caretos, alcaravanes, currucas y cogujadas. Por otro lado, la vegetación del parque presenta una interesante variedad. Predomina una vegetación de saladar, donde se destacan especies como el junco, la sosa y el carrizal. También se puede encontrar una pequeña área forestal mediterránea, caracterizada por masas de pino carrasco, coscoja y lentisco.

**Figura 4: Fotografía aérea del municipio de Torrevieja y su Parque Natural de las Lagunas de La Mata y Torrevieja**



**Fuente:** Archivo Ayuntamiento de Torrevieja

En cuanto a los aspectos culturales y etnográficos, destaca la extracción de sal que se produce en la Laguna de Torrevieja, aunque también participa en este proceso la Laguna de La Mata, actuando como calentador y trasvasando agua en momentos puntuales a requerimiento de la explotación salinera. Esta actividad contribuye al mantenimiento de todo el espacio lagunar y es considerada como una de las principales actividades económicas del municipio, generando empleo y contribuyendo al desarrollo local (Celdrán-Bernabéu y Azorín-Molina, 2004). También sobresale la viticultura en la Laguna de La Mata. Se centra en el cultivo de dos variedades de vid: la Moscatel, utilizada tanto para producir uva de mesa como vino, y la Merseguera, empleada específicamente para elaborar el vino de la Mata. Estos viñedos ocupan 75 hectáreas divididas en 200 parcelas y están incluidos en la Denominación de Origen Protegida de Alicante (Pelegrín et al., 2019).

**Figura 5: Fotografía de los viñedos existentes en el entorno de la Laguna de La Mata.**

**Fuente:** Archivo Ayuntamiento de Torrevieja

En el proceso de planificación y protección que sigue el Parque Natural constituye una combinación integral de aspectos económicos, sociales y medioambientales que contribuyen a su preservación y diversidad. Este proceso se inició en 1988 con la designación del área como Refugio Nacional de Caza, destinado a la protección y conservación de la fauna. Posteriormente, el parque adquirió otros niveles de protección, incluyendo su reconocimiento como Humedal de Importancia Internacional y Zona de Especial Protección para las Aves (ZEPA) por parte de los Estados miembros de la Unión Europea en 1989. Más tarde, en 1996, el Gobierno Valenciano lo catalogó como Parque Natural Protegido mediante el DECRETO 237/1996. Finalmente, el parque también forma parte de la Red Natura 2000, está incluido en el catálogo de zonas húmedas de la Comunitat Valenciana, y ha sido designado como zona Lugar de Interés Comunitario (LIC), consolidando así su estatus de protección y su importancia en términos de conservación medioambiental (Farra, 2002; Pelegrín et al., 2019)

Por otro lado, el Parque Natural cuenta con un Plan Rector de Uso y Gestión, aprobado definitivamente por el DECRETO 49/1995 del Gobierno Valenciano, que tiene como objetivo garantizar la conservación de sus recursos. Este plan establece directrices fundamentales para actividades relacionadas con la protección del área, incluyendo la investigación y el manejo del uso público. Además, se ha desarrollado un Plan de Ordenación de los Recursos Naturales por el Decreto 31/2010, con el fin de obtener una correcta ordenación y uso de los recursos.

La actividad turística en el Parque Natural de las lagunas de la Mata y Torrevieja ha experimentado un notable aumento, según los datos recientes proporcionados por el Centro de Gestión del Parque Natural. Durante el año 2022, aproximadamente 19.624 personas visitaron este espacio protegido. Entre los visitantes, se observa una diversidad significativa en términos de procedencia y grupos demográficos. Destaca que el 50% de los visitantes fueron turistas internacionales, mientras que un 31% correspondió a turistas españoles y un 15% procedía de la Comunidad Valenciana. En contraste, solo el 4% de los



visitantes eran residentes locales. En cuanto a la distribución por segmentos, se observa que los adultos constituyeron el grupo turístico más numeroso, representando el 67% del total de visitantes, seguidos por las familias, que conformaron el 23%. En menor proporción, los jubilados representaron únicamente el 9% de los visitantes, mientras que los jóvenes constituyeron apenas el 1% del total de visitantes.

La infraestructura y servicios turísticos que posee este parque destaca, en primer lugar, por su centro de recepción de visitantes ubicado en La Mata, pedanía de Torrevieja ubicada al norte del municipio. En este centro se ofrece información detallada sobre la flora, fauna y geología del área, entre otros aspectos. Además, ofrece exposiciones interactivas y actividades educativas para todas las edades. Alrededor del Parque se encuentran además una serie de rutas señalizadas para disfrutar las diferentes zonas del parque. En ellas se incluyen rutas a pie, en bicicleta de 5,2 kilómetros que discurre por la parte sur-oeste del parque y una ruta del vino que trata sobre el proceso de siembra y recolección de la uva (Pelegrín et al., 2019). También existen una serie de miradores para observar las distintas aves acuáticas que habitan en el saladar. Y finalmente, varias empresas turísticas realizan visitas guiadas en tren, bicicleta o a pie para promover la conservación y la importancia ecológica de la laguna de La Mata. Estas visitas guiadas permiten a los visitantes conocer más sobre el ecosistema y disfrutar de la belleza natural del lugar.

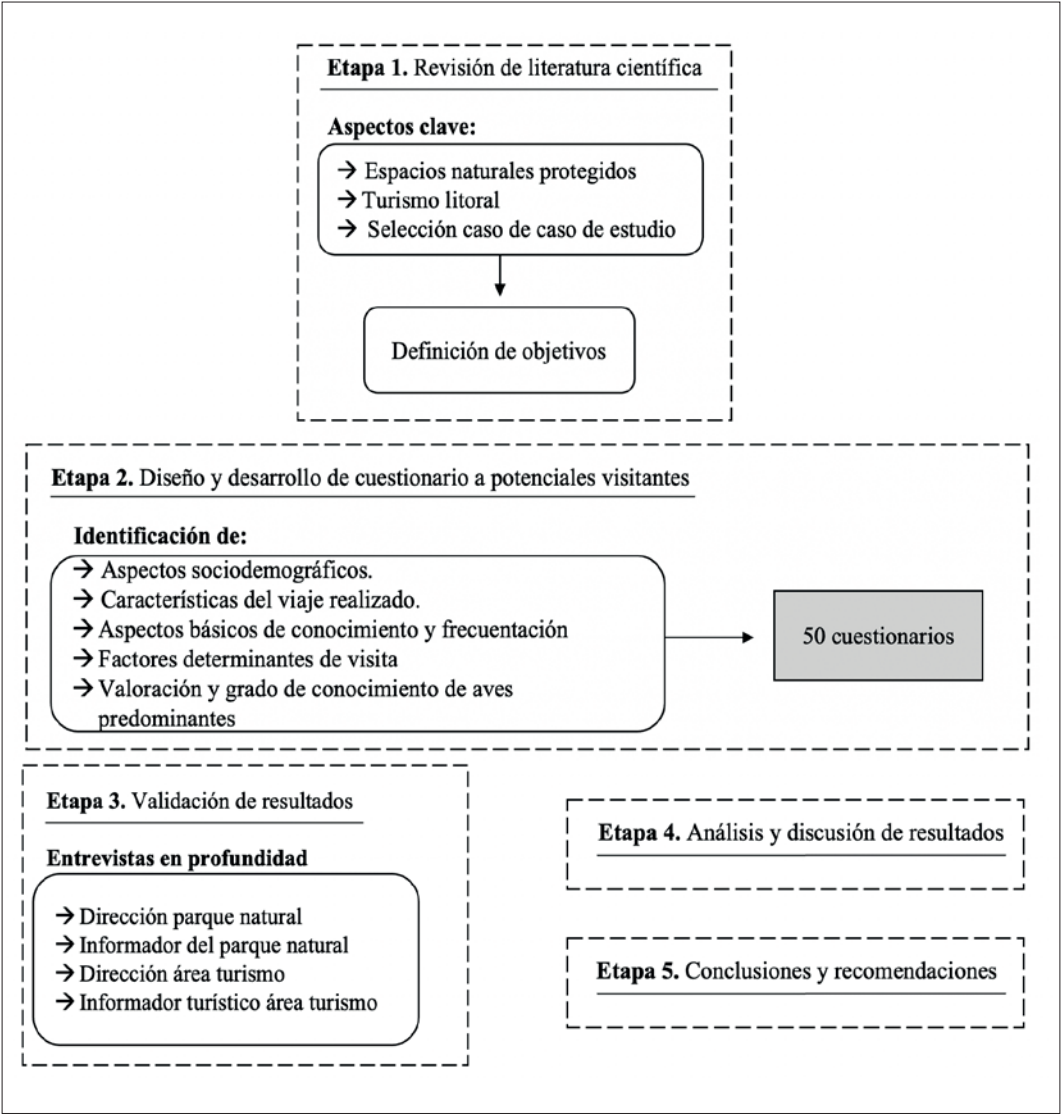
Este entorno natural se encuentra desde hace años gravemente amenazado por el desarrollo turístico-residencial de Torrevieja. Un crecimiento inmobiliario indiferenciado que ha generado una configuración fragmentada y extensiva, basada en el consumo de territorio. Nos encontramos en un espacio natural inserto en un destino dominado por el alojamiento de corte residencial y centrado en los atractivos de sol y playa, que durante años no ha aprovechado su potencialidad para desarrollar productos y recursos endógenos (Vera-Rebollo y Baños-Castiñeira, 2010). El paisaje ha sido uno de los mayores perjudicados por esta desaforada dinámica inmobiliaria y pone de manifiesto la necesidad de emprender nuevas líneas de trabajo orientadas a la sostenibilidad, donde la sensibilización y captación de nuevos perfiles de demanda, más comprometidos y concienciados con los valores ambientales del parque, sustenten nuevas prácticas de ocio en este espacio (Vera-Rebollo et al., 2016)

### 3. Objetivos y metodología

El objetivo general de esta investigación es analizar el grado de conocimiento, atractivo y factores determinantes de visita de los potenciales visitantes del Parque Natural de las lagunas de La Mata y Torrevieja. A este respecto, asumimos como tales en esta investigación a los visitantes de las oficinas de turismo de Torrevieja. Como objetivos específicos, desde un punto de vista teórico, se pretende lograr una aproximación al valor de complementariedad real de estos espacios naturales en el marco del turismo de sol y playa, al tiempo que, desde un punto de vista profesional, se dirimen estrategias encaminadas a mejorar la gestión y experiencia en este parque natural.

Con este cometido, este trabajo desarrolla una metodología sustentada, en primer lugar, por una sucinta revisión de la literatura científica, examinando investigaciones previas relacionadas con el turismo en entornos naturales y áreas protegidas. El objetivo de esta revisión bibliográfica es comprender y contextualizar el problema de investigación, identificar patrones, tendencias y brechas en el conocimiento existente. En segundo lugar, se ha llevado a cabo una investigación cuantitativa para recopilar datos empíricos y analizar de manera numérica las percepciones, características demográficas y motivaciones de los potenciales visitantes de este parque natural. Esto es, los visitantes de las oficinas de información turística de la ciudad de Torrevieja. Concretamente, se analiza su perfil con relación a distintas variables, como las características de su viaje (motivo, duración, tipos de transporte y tipo de alojamiento utilizado) y sus características sociodemográficas (lugar de residencia, sexo, edad, nivel de estudios, estado civil y situación laboral). Además, se profundiza en las motivaciones que llevan a visitar el parque, determinando la frecuencia de las visitas y la fuente de información que dio a conocer la existencia de este espacio natural protegido. Por último, se lleva a cabo una evaluación preliminar del conocimiento de los potenciales visitantes con relación a las principales aves que habitan este parque. Es relevante mencionar que este cuestionario estructurado se desarrolló durante los meses de julio y agosto de 2023 en la Oficina de Turismo del Paseo Vista Alegre de Torrevieja, ubicada en el centro urbano. Se obtuvo una muestra limitada de 50 personas mediante un proceso de selección que utilizó criterios de aleatoriedad, asegurando que los participantes fueran seleccionados de manera imparcial. Una muestra que se reconoce escasa, que fue validada con la realización entrevistas en profundidad a los gestores técnicos del Parque Natural y los servicios de información turística de la ciudad. En

Figura 6: Proceso metodológico



Elaboración propia

concreto, se realizaron un total de cuatro entrevistas a perfiles de carácter técnico con más de veinte años de experiencia en el parque y destino. Estas entrevistas se dirigieron a trasladar los resultados del cuestionario para validar aspectos clave de este, tal y como se detalla en la Tabla 1, siguiendo las consideraciones de autores como Quinn (2015).

Tabla 1: Agentes entrevistados y preguntas clave desarrolladas.

AGENTES ENTREVISTADOS	
GESTORES DEL PARQUE NATURAL	GESTORES DEL ÁREA DE TURISMO
• Dirección técnica (A)	• Dirección técnica (C)
• Informador (B)	• Informador (D)
PREGUNTAS CLAVE DESARROLLADAS EN LAS ENTREVISTAS	
P0. Presentación de la investigación.	MEDIA (A, B, C, D)
P1. De acuerdo con su experiencia, valoración personal y desde una perspectiva general, ¿considera que el <b>PERFIL DE VISITANTE EXTRAÍDO</b> se ajusta a los objetivos de la investigación? Valore del 1 al 10, donde 1 es “nada” y 10 es “Muy ajustado”.	8
P2. De acuerdo con su experiencia (desde un punto de vista general), valoración personal y con relación respecto a las <b>CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE REALIZADO</b> , ¿en qué medida considera que los datos indicados son representativos para el perfil del visitante? Valore del 1 al 10, donde 1 es “nada” y 10 es “Muy representativo”.	7
P3. De acuerdo con su experiencia, valoración personal y desde una perspectiva general, ¿CUÁNTO VARÍA A LO LARGO DEL AÑO (verano, Navidad, Semana Santa) <b>EL PERFIL DE VISITANTE</b> de este espacio natural? Valore del 1 al 10, donde 1 es “nada” y 10 es “Cambia de manera sustancial”.	9
P4. De acuerdo con su experiencia (desde un punto de vista general) y valoración personal, con relación a los <b>ASPECTOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO Y FRECUENTACIÓN</b> , ¿en qué medida considera que los datos indicados son representativos para el perfil del visitante del parque? Valore del 1 al 10, donde 1 es “nada” y 10 es “Muy representativo”.	9,5
P5. De acuerdo con su experiencia (desde un punto de vista general), valoración personal, y con relación a los <b>FACTORES DETERMINANTES DE VISITA</b> , ¿en qué medida considera que los datos indicados son representativos? Fíjese en la columna sombreada “Media”. Valore del 1 al 10, donde 1 es “nada” y 10 es “Muy representativo”.	9,5
P6. De acuerdo con su experiencia (desde un punto de vista general), valoración personal, y respecto a los resultados de la <b>PERCEPCIÓN DE LAS AVES PREDOMINANTES</b> , ¿en qué medida le sorprenden estos resultados? Valore del 1 al 10, donde 1 es “nada” y 10 es “Muchísimo”.	8,25
P7. Respecto a todos los datos que acaba de analizar, ¿En qué medida <b>PUEDEN AYUDARLE A MEJORAR EL DISEÑO DE EXPERIENCIAS Y/O SU RELACIÓN PROFESIONAL CON ESTE ESPACIO</b> ? Valore del 1 al 10, donde 1 es “nada” y 10 es “Muchísimo”.	8,75

Elaboración propia

4. Caracterización y factores determinantes de uso de los potenciales visitantes del parque natural de las lagunas de la mata y torrevieja

Como se ha indicado en los apartados anteriores, el Parque Natural de las Lagunas de La Mata y Torrevieja es un recurso histórico-natural que alberga una biodiversidad y paisajes muy singulares, que presentan una enorme potencialidad para articular iniciativas con fines ambientales, educativos, deportivos y/o turísticos, a lo que se une la creciente necesidad de valorizar el patrimonio y fomentar alternativas de ocio y recreación.

En este apartado, se caracteriza y analizan los factores determinantes de visita del parque natural, los cuales han sido identificados a partir de los resultados obtenidos en el proceso de encuestación detallado en el apartado anterior. Del mismo modo, se presta atención en este proceso a las características demográficas de los potenciales visitantes, a los detalles del viaje realizado, a los aspectos esenciales relacionados con el conocimiento del parque, las motivaciones que impulsaron la visita y el nivel de familiaridad con las aves que más habitualmente se encuentran en este espacio natural.

4.1. Aspectos sociodemográficos de la muestra analizada

En términos de género, sobresalen en esta muestra las mujeres con un 74%, contrastando con el 24% de hombres participantes. En cuanto a la distribución por grupos de edad, destacan dos segmentos: el 35%

corresponde a personas de 51-60 años, mientras que un significativo 29% pertenece al grupo de más de 60 años. Con relación a los niveles de educación, sobresale la presencia de un grupo considerablemente cualificado, representando el 58% de los encuestados que poseen educación universitaria. El 20% cuenta con educación secundaria y el 18% tiene formación profesional. A pesar de que el mayor porcentaje corresponde a educación universitaria, se observa que la mayoría de los visitantes han completado estudios de algún tipo. Respecto a la procedencia de los encuestados, los datos revelan que el 55.81% tiene origen en España, seguido por el 13.95% de Bélgica, el 9.30% del Reino Unido y el 6.98% de Francia. Además, merece especial atención señalar que el 91% de los participantes no reside en Torre Vieja, en comparación con el 8% que sí lo hace.

En el ámbito laboral, la mayoría de los encuestados (50%) están empleados en trabajos asalariados, mientras que el 36% están jubilados y el 12% trabajan por cuenta propia.

Por último y con relación al estado civil, el 60% de los encuestados están casados, el 16% está soltero y un 12% son viudos. Estos datos proporcionan una visión amplia del perfil diverso de los potenciales visitantes que participaron en la encuesta. La Tabla 2 muestra las características sociodemográficas de los potenciales visitantes encuestados, ofreciendo una visión detallada de su perfil.

#### 4.2. Características del viaje realizado

Con relación a las características del viaje realizado, el 98% de los encuestados están de vacaciones, mientras que solo el 2% se encuentran en Torre Vieja por otras razones. Respecto a la duración de la estancia en Torre Vieja, el 38% planea quedarse unas semanas, el 31% unos días y el 16% tiene previsto estar un mes o más. El tipo de alojamiento más utilizado por los encuestados son las viviendas y apartamentos turísticos (42%). Otro 40% opta por casas o alojamientos rurales, mientras que el 11% elige otras opciones, como casas propias o casas de amigos. Sólo el 7% prefiere alojarse en hoteles, dato representativo que pone de manifiesto el poco peso de la oferta hotelera en la ciudad. Y finalmente, en términos de presupuesto, los encuestados destinan en promedio alrededor de 600 euros en alojamiento, 468 euros en compras de alimentos y 400 euros en restaurantes. Sin embargo, gastan menos en fiestas nocturnas (53 euros) y entretenimiento (92 euros). Estos datos ofrecen una aproximación a los patrones de gasto de los potenciales visitantes del Parque Natural. Esta información queda sintetizada en la Tabla 2.

#### 4.3. Conocimiento del Parque Natural

Entre la muestra analizada hay un conocimiento equitativo del parque natural. El 48% de los encuestados ya están familiarizados con él, mientras que un 52% aún no lo conoce. En cuanto a la forma de descubrir el Parque Natural, la mayoría de las personas (32%) confían en su propia experiencia para obtener información. Las recomendaciones de amigos o familiares también desempeñan un papel significativo, con un 27% de los encuestados. Las redes sociales también son una fuente relevante, con un 14% de participación. Y las formas más tradicionales, como el uso de páginas web, oficinas de turismo y guías de viaje, tienen una presencia más baja en comparación.

En cuanto a las visitas al parque, la encuesta muestra que más de la mitad de los encuestados (58%) aún no ha tenido la oportunidad de visitarlo. Otro 42% ya lo ha visitado anteriormente, al menos una vez. En términos de frecuencia de visita, destaca que la mayoría de los visitantes lo hacen algunas veces (53%), mientras que un 35% lo hace rara vez. La frecuencia más alta de visitas (muy frecuentemente o frecuentemente) es relativamente baja. Finalmente, en cuanto a la intención de visitar el parque, un alentador 69% de los encuestados tiene la intención de hacerlo en el futuro, mientras que el 31% no tiene esa intención. La tabla 3 sintetiza los aspectos relacionados con el conocimiento y la interacción de las personas con el Parque Natural.



**Tabla 2: Principales resultados del cuestionario: aspectos sociodemográficos y características del viaje realizado.**

ASPECTOS SOCIODEMOGRÁFICOS			CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE REALIZADO		
Tipo de Variable	Opciones de respuestas	Porcentaje %	Tipo de Variable	Opciones de Respuestas	Porcentaje %
Sexo	Femenino	74%	Vacaciones	Si	98%
	Masculino	24%		No	0%
	Otros	2%		Otro	2%
Edad	18-30 años	6%	Tiempo	Unos días (1-5)	31%
	31-40 años	17 %		Unas semanas (1-2)	38%
	41-50 años	13%		Casi un mes	16%
	51-60 años	35%		Más de un mes	16%
	+60 años	29%			
Formación	Universitario	58 %	Alojamiento	Vivienda turística	42%
	Bachillerato /FP	20%		Casa o alojamiento rural	40%
	Secundaria	18%		Otro	11%
	Primaria	4%		Hoteles	7%
	Sin estudios	0%		Pensión	0%
				Albergue o Hostal	0%
Origen	Residentes	8%	Acompañantes	Amigos	27%
	No Residentes	92%		Padres	7%
				Pareja	33%
				Pareja y niños	22%
				Sólo/a	11%
Trabajo	Asalariado	50%	Gastos del viaje (media)	Alojamiento	677€
	Jubilado	36%		Alimentos y bebidas	469€
	Trabajando (cuenta propia)	12%		Restaurantes	401€
	Desempleado	2%		Transporte	147€
	Estudiante	0%		Resto de compras	137€
Estado civil	Casado/a	60 %		Entretenimiento	93€
	Divorciado/a	6%		Fiesta nocturna	53€
	Pareja de hecho	6%			
	Soltero/a	16%			
	Viudo/a	12%			

Elaboración propia

**4.4. Factores determinantes de visita**

La Tabla 3 recoge las principales motivaciones de los encuestados a la hora de visitar el Parque Natural.El análisis de los resultados muestra que los factores de visita que han recibido las calificaciones más elevadas son la apreciación de la belleza paisajística (con una media de 4.64), la recarga de energías (con una media de 4.57) y el avistamiento de flora y fauna (con una media de 4.46). En contraste, las actividades que han generado menos interés entre los encuestados son la práctica de actividades deportivas en bicicleta (con una media de 1.25), pasear a la mascota (con una media de 1.11) y nuevamente, las actividades deportivas como correr (con una media de 1.07).

Tabla 3: Principales resultados del cuestionario: aspectos básicos de conocimiento y frecuentación.

Tipo de variable	Opciones de respuestas	Porcentaje
Conocimiento del parque	No	52%
	Si	48%
Forma de descubrir del Parque Natural	Experiencia propia	32%
	Otro	27%
	A través de algún amigo o familiar	14%
	Redes sociales	9%
	Paginas webs	9%
	Oficinas de turismo	5%
	Agencias de Viaje	5%
	Guías de Viaje o Folletos	0%
	Foros o blogs de viaje	0%
Visita al parque alguna vez	No	58%
	Si	42%
Frecuencia de visita	Algunas veces	53%
	Rara vez	35%
	Muy frecuentemente	6%
	Frecuentemente	6%
	Nunca	0%
Intención de visitarlo	Si	69%
	No	31%

Elaboración propia

Tabla 3: Principales resultados del cuestionario: motivaciones de visita al parque

MOTIVACIÓN	Media	Desviación típica
Disfrutar de la belleza paisajística	4.64	0.97
Recargar las baterías	4.57	1.12
Avistamiento de flora y fauna	4.46	1.12
Paz y tranquilidad	4.43	1.08
Disfrutar de la belleza paisajística	4.64	0.97
Relajación física en la naturaleza	4.44	01.07
Actividades educativas en la naturaleza	4.44	1.56
Paz y tranquilidad	4.43	01.08
Aire limpio y no contaminado	4.39	01.08
Experiencia de amigos y familiares	4.21	1.54
Sentimientos de libertad	4.21	1.35
Búsqueda de confort climático (aire fresco en verano)	4.14	1.27
Impresiones sensoriales	4.14	1.16
Obtener una conexión con la naturaleza	4.11	1.42
Actividades deportivas: senderismo	3.00	2.20
Hacer turismo	3.82	1.65
Experiencia turística contratada	2.61	2.18
Actividades deportivas: bicicleta	1.25	1.74
Pasear a la mascota	1.11	1.63
Actividades deportivas: correr	1.07	1.53

Elaboración propia

4.5. Percepción de las especies de aves predominantes

Para obtener esta información el encuestador realiza la misma pregunta dos veces. En primer lugar, pregunta el atractivo sin mostrar al entrevistado ninguna imagen, tan solo el nombre. Una vez obtenidas estas respuestas y en segundo lugar, se realiza de nuevo la misma pregunta, pero ahora mostrando

una imagen de las especies de aves predominantes (Figura 7), para de esta forma valorar el grado de conocimiento de estas y el impacto de las imágenes sobre la percepción de atractivo de los potenciales visitantes. Los resultados se recogen en la Tabla 4.

Figura 7: Aves predominantes en el parque



Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes de Ebirds (<https://ebird.org/home>). Copyright de sus autores.

Para los primeros resultados (Tabla 4, Media A), destaca el Flamenco común como la especie más atractiva. Obtiene una puntuación media significativamente alta de 4.46, acompañada de una baja desviación estándar (0.87). Esto sugiere un consenso notable entre los encuestados respecto a la atracción generada por esta especie. En contraste, el Chorlitejo patinegro exhibe la puntuación media más baja, alcanzando 2.25, con una desviación estándar de 2.17. Estos valores indican una percepción más divergente en cuanto a la atracción hacia esta especie entre los visitantes. Y finalmente, la Gaviota Audouin y el Zampullín cuellinegro presentan puntuaciones medias intermedias (3.19 y 2.50, respectivamente), con niveles moderados de variabilidad en las respuestas.

Para los segundos resultados (Tabla 4, Media B), derivados de la presentación de imágenes de las aves junto a sus nombres, el cuestionario deja ver un aumento significativo en las medias, y por tanto, en la percepción de atractivo hacia las aves por parte de los encuestados. En primer lugar, destaca el Flamenco común como la especie más atractiva, con una puntuación promedio de 4.63 y una desviación estándar de 0.76. Esto sugiere una alta atracción generalizada hacia esta especie y un alto grado de conocimiento. Por otro lado, el Chorlitejo patinegro, exhibe ahora una puntuación media que pasa de 2.25 a 4.61 y una desviación estándar que baja a 0.67. El Zampullín cuellinegro avanza de una media de 2.50 a una media de 4.51 y una desviación estándar de 0.93, mostrando una alta atracción promedio, pero con cierta variabilidad en las respuestas. Finalmente, la Gaviota Audouin registra la subida de media más baja con un valor de 3.87 y una desviación estándar de 1.21.

Tabla 4: Principales resultados del cuestionario: sobre la percepción de las especies predominantes.

AVE	Media A	Desviación típica	Media B	Desviación típica
Flamenco común	4.46	0.87	4.63	0.76
Chorlitejo patinegro	2.25	2.17	4.61	0.67
Gaviota Audouin	3.19	1.92	3.87	1.21
Zampullín cuellinegro	2.50	2.16	4.51	0.93

Elaboración propia

## 6. Discusión de resultados y conclusiones

Esta investigación ha realizado un análisis exploratorio de los potenciales visitantes del Parque Natural de las Lagunas de La Mata y Torrevieja mediante un enfoque cuantitativo centrado en el desarrollo de un cuestionario estructurado desarrollado en las oficinas de turismo de Torrevieja. El objeto de este enfoque responde a la necesidad de generar datos medibles y comparables, que puedan ser analizados estadísticamente para identificar patrones y tendencias dentro de un grupo definido. La representatividad de la muestra es limitada, pero se enfoca en un subgrupo específico de población (usuarios oficinas de turismo) donde la representatividad de la muestra no debe medirse necesariamente por su tamaño, sino por la capacidad de mostrar un segmento relevante para el problema de investigación (Bryman, 2016; Quinn, 2015; Fink, 2013). Este estudio permite obtener una visión preliminar que va a permitir desarrollar teoría posterior, gracias esta información inicial (Neuman, 2014; Creswell, 2014).

Los resultados cuantitativos desprenden un perfil de potencial visitante que, a pesar del tamaño de la muestra, transmite comportamientos reveladores que pueden ayudar a un mayor conocimiento sobre las preferencias y tendencias de los visitantes. Esta recopilación de datos posibilita que los responsables encargados del diseño de experiencia turística en estos espacios obtengan una valiosa información a la hora generar productos y servicios relacionados, como así se desprende de las entrevistas en profundidad desarrolladas.

También destaca del apartado cuantitativo el notable interés que las aves despiertan en la experiencia de los visitantes, atribuible a la amplia diversidad de especies que habitan en el Parque Natural de las Lagunas de La Mata y Torrevieja durante todo el año. Este estudio se ha llevado a cabo en segmentos de mercado donde los visitantes no son expertos en avistamiento de aves y se ha observado que las imágenes de estas especies suelen captar su atención más que el simple nombre de la especie. Hay un cierto grado desconocimiento del que pueden derivarse acciones concretas para la promoción de este espacio natural y el diseño de material promocional específico. Entre otras posibilidades de acciones, como por ejemplo sería el desarrollo de cursos y jornadas específicas para dar a conocer la diversidad florística y faunística de este espacio. Desde un punto de vista académico, este segundo hallazgo también podría servir como punto de partida para futuras investigaciones que profundicen en el potencial turístico que las aves podrían representar en destinos consolidados de sol y playa, mostrando su potencialidad para fortalecer, diversificar y cualificar la oferta turística. Estas investigaciones también podrían explorar cómo las estrategias de promoción y marketing podrían dirigirse específicamente a estos segmentos, aprovechando el atractivo de las aves y su hipotético desconocimiento.

Respecto al perfil de los potenciales visitantes de este espacio natural, la dirección y servicios de información tanto de las oficinas de turismo locales como los propios del Parque Natural, confirman con una valoración global de 8 que se trata de personas de avanzada edad con educación universitaria, de nacionalidad española, fundamentalmente. Este grupo demográfico tiende a prolongar su estancia en Torrevieja, optando por períodos de aproximadamente 15 días. Además, prefieren viajar en pareja y eligen alojamientos en casas o apartamentos turísticos. Este perfil detallado permite avanzar en el conocimiento de los visitantes y es de enorme interés para adaptar y personalizar la oferta turística local.

Por otro lado, y con relación a las motivaciones, los resultados revelan datos significativos. La belleza paisajística y el avistamiento de flora y fauna son las principales motivaciones de visita, con calificaciones medias entre 4.64 y 4.46, respectivamente. Estos hallazgos ofrecen una oportunidad estratégica para conocer las preferencias de la demanda turística y, más concretamente, profundizar en el conocimiento de los visitantes de este espacio, permitiendo desarrollar experiencias más personalizadas y atractivas.

Este trabajo presenta algunas limitaciones relacionadas con el tamaño de la muestra (solo incluye usuarios de oficinas de turismo), que impide hacer generalizaciones. Se centra por ello en datos exploratorios que pueden requerir estudios complementarios para profundizar en las conclusiones. Estos estudios a futuro deberían incluir otros perfiles de potenciales visitantes, además de incluir un análisis longitudinal donde puedan analizarse tendencias y cambios motivacionales a lo largo del año. También puede ser muy interesante analizar subgrupos como los expertos en avistamiento de aves, para de esta forma enriquecer el estudio y las posibles campañas promocionales derivadas.

## Proyecto

Trabajo realizado dentro del proyecto de investigación CHAN-TWIN (TED2021-130890B), financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y por la Unión Europea NextGenerationEU/ PRTR.



## Referencias

- Agarwal, S. (2002). Restructuring seaside tourism: The resort lifecycle. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 25-55. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00002-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00002-0)
- Agencia Europea del Medio Ambiente (2023). Recuperado de: <https://www.eea.europa.eu/en/topics/in-depth/biodiversity/an-introduction-to-europes-protected-areas>. Último acceso: noviembre 2024
- Asociación de Ecoturismo de España (2023). Recuperado de: <https://www.soyecoturista.com/asociacion/observatorio-ecoturismo/>. Último acceso: noviembre 2024
- Belsoy, J., Korir, J., & Yego, J. (2012). Environmental impacts of tourism in protected areas. *Journal of Environment and Earth Science*, 2(10), 64-73.
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Buckley, R. (2002). Draft principles for tourism in protected areas. *Journal of Ecotourism*, 1(1), 75-80.
- Butzmann, E., & Job, H. (2020). Developing a typology of sustainable protected area tourism products. In *Protected Areas, Sustainable Tourism and Neo-liberal Governance Policies* (pp. 40-59). Routledge.
- Canteiro, M., Córdova-Tapia, F., & Brazeiro, A. (2018). Tourism impact assessment: A tool to evaluate the environmental impacts of touristic activities in Natural Protected Areas. *Tourism Management Perspectives*, 28, 220-227.
- Carrillo-Vargas, A. I., La Cruz, D. A. Á., Sánchez, J. P. J., Aguilar-González, L. A., & García-García, C. G. (2021). Turismo rural y turismo de naturaleza en la región de las Grandes Montañas de Veracruz. *Rosa dos Vientos*, 13(3), 662-680. <https://doi.org/10.18226/21789061.v13i3p662>
- Celdrán Bernabéu, M. A., & Azorín Molina, C. (2004). La explotación industrial de las salinas de Torrevieja (Alicante). *Investigaciones Geográficas*, nº 35, 2004; pp. 105-132.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Celdrán-Bernabéu, M. A., Braçe, O., Vera-Rebollo, J. F., Lara, E. J. L., & Cumbreña, M. G. (2023). Destinos costeros en la era del turismo de salud y bienestar: retos y oportunidades. El caso de Torrevieja (Alicante, España), *Cuadernos de Turismo*, (52), pp. 263-284. <https://doi.org/10.6018/turismo.593631>
- Clavé, S. A., & Wilson, J. (2016). The evolution of coastal tourism destinations: a path plasticity perspective on tourism urbanisation. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 96–112. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1177063>
- Climent, M. P. S., Sánchez, I. R., & Frías, M. C. (2011). Los espacios naturales protegidos litorales de la Comunidad Valenciana. Una oportunidad para la diversificación de los destinos turísticos consolidados de sol y playa. In *Renovación de destinos turísticos consolidados* (pp. 683-700). Tirant lo Blanch.
- Deng, J., King, B., & Bauer, T. (2002). Evaluating natural attractions for tourism, *Annals of Tourism Research*, 29(2), 422-438.
- Eagles, P. F. (2009). Governance of recreation and tourism partnerships in parks and protected areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 231-248. <https://doi.org/10.1080/09669580802495725>
- Eagles, P. F. (2002). Trends in park tourism: Economics, finance and management. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(2), pp. 132-153.
- Estrategia de Desarrollo Turístico de Torrevieja. Recuperado de: [https://estrategia.turismodetorrevieja.com/wp-content/uploads/2021/06/ResumenEjecutivo\\_Torrevieja.pdf](https://estrategia.turismodetorrevieja.com/wp-content/uploads/2021/06/ResumenEjecutivo_Torrevieja.pdf). Último acceso: noviembre 2024.
- EUOPARC-España. (2021). Anuario 2020 del estado de las áreas protegidas en España. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez, Madrid.
- Farra, F. (2002). Parque natural y turismo de masas, ¿compatibilidad?: Estudio de las relaciones entre el parque natural de las lagunas de La Mata y Torrevieja y la estación balnearia de Torrevieja (España), *Investigaciones Geográficas* (España), (29), pp. 39-56
- Fink, A. (2013). *How to conduct surveys: A step-by-step guide* (5th ed.). Sage Publications.
- Fredman, P., & Margaryan, L. (2020). 20 years of Nordic nature-based tourism research: a review and future research agenda. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(1), 14–25. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1823247>
- Gross, M., Pearson, J., Arbieu, U., Riechers, M., Thomsen, S., & Martin-Lopez, B. (2023). Tourists' valuation of nature in protected areas: A systematic review, *Ambio*, 52(6), 1065-1084. <https://doi.org/10.1007/s13280-023-01845-0>
- Hall, C.M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for, *Journal of Sustainable Tourism*, 22(3), 577- 598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>

- Hewlett, D. *et al.* (2024). Tourism and Visitor Management in Protected Areas Post-pandemic: The English Context. In: Finneran, N., Hewlett, D., Clarke, R. (eds) *Managing Protected Areas*. Palgrave Macmillan, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-40783-3\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-031-40783-3_15)
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2024). Padrón de población. Último acceso: marzo 2023.
- Jamal, T., & Stronza, A. (2009). Collaboration theory and tourism practice in protected areas: Stakeholders, structuring and sustainability. *Journal of Sustainable tourism*, 17(2), 169-189. <https://doi.org/10.1080/09669580802495741>
- Laarman, J. G., & Durst, P. B. (1993). *Nature tourism as a tool for economic development and conservation of natural resources*. Nature tourism in Asia: opportunities and constraints for conservation and economic development. US Forest Service, Washington, DC, 1-19.
- Larson, C.L, Reed, S.E, Merenlender, A.M, Crooks K.R (2016). Effects of Recreation on Animals Revealed as Widespread through a Global Systematic Review. *PLoS ONE* 11(12): e0167259. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0167259>
- Leung, Y. F., Spenceley, A., Hvenegaard, G., Buckley, R., & Groves, C. (2018). *Tourism and visitor management in protected areas: Guidelines for sustainability* (Vol. 27). Gland, Switzerland: IuCN.
- Martins, R.; Martins, H.; Gonçalves, E. & Pinheiro, A. (2025). Visitor's perception of tourist attraction: The case study of Island Koločep, Croatia. In R. A. Castanho, T. Pivac, E. Gonçalves (eds.), *The innovative pathway on sustainable culture tourism* (pp.225-234). Switzerland: SPRINGER Nature (Springer book series titled Advances in Science, Technology & Innovation). Series ISSN 2522-8714
- MITECO (Organismo Autónomo Parques Nacionales). Recuperado de: <https://www.miteco.gob.es/content/dam/miteco/es/parques-nacionales-oapn/red-parques-nacionales/la-red/Memoria%20Anual%20Red%20de%20Parques%20Nacionales%202021.pdf>. Último acceso: octubre 2024. Último acceso: noviembre 2024
- Nyaupane, G. P., Poudel, S., & York, A. (2022). Governance of protected areas: an institutional analysis of conservation, community livelihood, and tourism outcomes. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(11), 2686-2705. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1858089>
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Pearson Education.
- Nuevo López, A., & Martínez del Vas, G. (2021). Turismo sostenible versus depredación turística. Islas Baleares. *Revista Geográfica Venezolana*, 62(2). 10.53766/RGV/2021.62.02.07
- Organización Mundial del Turismo. (2023). Recuperado de <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>. Último acceso: noviembre 2024
- Organismo Autónomo de Parques Nacionales (OAPN) (2023). Recuperado de: <https://www.miteco.gob.es/es/parques-nacionales-oapn.html>. Último acceso: noviembre 2024.
- Orihuela-Torres A, Sebastián-González E, Pérez-García JM. 2023. Outdoor recreation alters terrestrial vertebrate scavenger assemblage and carrion removal in a protected Mediterranean wetland. *Animal Conservation*, 26: 633-641. <https://doi.org/10.1111/acv.12848>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). Sage Publications.
- Pelegrín, G. A. B., & Mira, R. S. (2019). Aspectos socioeconómicos, culturales y ambientales relacionados con la conservación de las lagunas de La Mata y Torrevieja (Alicante, SE España). *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, (8), 2.
- Protected Planet (2024). *Protected Planet Report 2024*. Recuperado de <https://digitalreport.protectedplanet.net>
- Pujol-Fructuoso, J. A. (2022). Potencialidades de los ambientes salinos de Torrevieja para la conservación de la biodiversidad desde la colaboración privado-pública. En Sánchez-Balibrea, J. M. y Martínez, N. (Coord.) *Custodia del territorio en explotaciones salineras*, Asociación de Naturalistas del Sureste, pp 77-92.
- Pujol Fructuoso, J.A. y Calvo Sendín, J.F. (1997). *Torrevieja, Cuadernos para su estudio, Medio Natural*. Ayuntamiento de Torrevieja.
- Quinn Patton, M. (2015). *Qualitative research and evaluation methods* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ramsar Site Information Services (2020). Lagunas de la Mata y Torrevieja. Recuperado de: <https://rsis.ramsar.org/rsi/456>. Último acceso: octubre 2024
- Ren, T., Can, M., Paramati, S. R., Fang, J., & Wu, W. (2019). The impact of tourism quality on economic development and environment: Evidence from Mediterranean countries. *Sustainability*, 11(8), 2296. <https://doi.org/10.3390/su11082296>

- Ríos Rodríguez, N., Nieto Masot, A., & Cárdenas Alonso, G. (2022). Los efectos de la COVID-19 en el sector turístico de las Comunidades Autónomas españolas. *Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles*, (94). <https://doi.org/10.21138/bage.3279>
- Ryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Spenceley, A., McCool, S., Newsome, D., Báez, A., Barborak, J. R., Blye, C. J., ... & Zschiegner, A. K. (2021). Tourism in protected and conserved areas amid the COVID-19 pandemic. *Parks*, (27), 103-118. <https://doi.org/10.2305/IUCN.CH.2021.PARKS-27-SIAS.en>
- Strzelecka, M., Prince, S., & Boley, B. B. (2021). Resident connection to nature and attitudes towards tourism: findings from three different rural nature tourism destinations in Poland. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(3), 664–687. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1995399>
- Ulate, G. V. (2009). Turismo y espacios naturales protegidos en Costa Rica: enfrentamiento o concertación. *Revista de Ciencias Sociales*, (123-124). <https://doi.org/10.15517/rcs.v0i123-124.8814>
- Vera-Rebollo, J. F., Ivars-Baidal, J., & Celadrán Bernabéu, M. A. (2016). Evolución y metabolismo de un lugar transformado por el turismo de masas. Una interpretación del modelo turístico de Torrevieja desde la teoría de la dependencia de la trayectoria (Path Dependence). En Vera, J. Fernando; Olcina, Jorge; Hernández, María (eds.). *Paisaje, cultura territorial y vivencia de la Geografía. Libro homenaje al profesor Alfredo Morales Gil*. San Vicente del Raspeig: Publicaciones de la Universidad de Alicante, 2016. ISBN 978-84-16724-03-1, pp. 705-736
- Vera Rebollo, J. F., López Palomeque, F., Marchena Gómez, M., & Antón Clavé, S. (2013). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Tirant Humanidades.
- Vera Rebollo, J. F., & Baños Castiñeira, C. J. (2010). Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico. *Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles*, (53). Recuperado a partir de <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/1204>
- Zachrisson, A., Sandell, K., Fredman, P., & Eckerberg, K. (2006). Tourism and protected areas: motives, actors and processes. *The International Journal of Biodiversity Science and Management*, 2(4), 350-358.

Recibido: 01/07/2024  
 Reenviado: 05/03/2025  
 Aceptado: 05/03/2025  
 Sometido a evaluación por pares anónimos