

|       |                  |                     |                    |                       |                                       |                           |                      |
|-------|------------------|---------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------------------|---------------------------|----------------------|
| CLIMA | RESIDUOS         | AGUA                | ENERGÍA            | LITORAL               | PAISAJE                               | VEGETACIÓN                | BIODIVERSIDAD        |
| SUELO | CALIDAD DEL AIRE | ESPACIOS FORESTALES | ESPACIOS NATURALES | MEDIO AMBIENTE URBANO | INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN AMBIENTAL | SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL | SECTORES PRODUCTIVOS |

### 1. Título del indicador

Evolución de empresas, productos y servicios acogidos a la Marca Parque Natural.

### 2. Equivalencia con otros sistemas de indicadores

*Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente*

Sin equivalencia.




*Agencia Europea de Medio Ambiente*

Sin equivalencia.

*Eurostat*

Sin equivalencia.

### 3. Evolución y tendencia

| <i>Evolución</i>  | <i>Situación</i>  | <i>Tendencia</i>  |
|---|---|---|
|  |  |  |

### 4. Serie temporal

Los datos analizados corresponden a 2011.

### 5. Objetivo

Este indicador se ha tomado como muestra para el seguimiento que se hace en los Parques Naturales para evaluar el estado y el trato que se le da a los recursos naturales.

|       |                  |                     |                    |                       |                                       |                           |                      |
|-------|------------------|---------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------------------|---------------------------|----------------------|
| CLIMA | RESIDUOS         | AGUA                | ENERGÍA            | LITORAL               | PAISAJE                               | VEGETACIÓN                | BIODIVERSIDAD        |
| SUELO | CALIDAD DEL AIRE | ESPACIOS FORESTALES | ESPACIOS NATURALES | MEDIO AMBIENTE URBANO | INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN AMBIENTAL | SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL | SECTORES PRODUCTIVOS |

## 6. Interés ambiental del indicador

La marca Parque Natural continua siendo un instrumento para favorecer la permanencia y la calidad de vida de las poblaciones que residen en los parques naturales andaluces. Con esta iniciativa se busca propiciar y defender un mantenimiento de las formas de vida tradicionales y formas de producción agrícola, artesanal y turística que no afecten al entorno privilegiado del que gozan los municipios enclavados en las zonas de influencia del parque.

## 7. Descripción básica del indicador

A través de un gráfico de barras se muestra la comparativa sobre cómo han ido evolucionando los productos, servicios y empresas acreditadas con la marca Parque Natural.

## 8. Subindicador

Este indicador no cuenta con subindicadores.

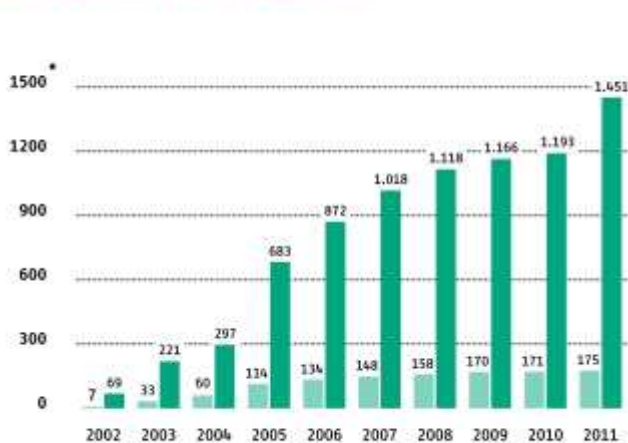
## 9. Unidad de medida

- Nº de empresas.
- Nº de servicios/productos.

|       |                  |                     |                    |                       |                                       |                           |                      |
|-------|------------------|---------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------------------|---------------------------|----------------------|
| CLIMA | RESIDUOS         | AGUA                | ENERGÍA            | LITORAL               | PAISAJE                               | VEGETACIÓN                | BIODIVERSIDAD        |
| SUELO | CALIDAD DEL AIRE | ESPACIOS FORESTALES | ESPACIOS NATURALES | MEDIO AMBIENTE URBANO | INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN AMBIENTAL | SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL | SECTORES PRODUCTIVOS |

## 10. Gráficos, mapas y tablas

EVOLUCIÓN DEL BALANCE DE EMPRESAS, PRODUCTOS Y SERVICIOS ACOGIDOS A LA MARCA PARQUE NATURAL, 2002-2011



\* Variable: Nº de Empresas y Productos / Servicios

## 11. Descripción de los resultados

Desde el año 2002, origen del programa “Marca Parque Natural de Andalucía”, evidencia la consolidación de este sello de calidad que ofrece un incentivo a la producción, distribución y comercialización de los productos originarios de los espacios naturales, promovido por la Consejería de Medio Ambiente dentro del marco de la Estrategia Andaluza de Desarrollo Sostenible, que cuenta actualmente con 175 empresas adheridas a este distintivo de calidad andaluz y 1.451 productos y servicios registrados con la garantía de la producción sostenible.

Del análisis de los datos referidos a 31 de diciembre de 2011 se concluye que el 59% de las empresas corresponde al sector turismo de naturaleza, frente al 34% de agroalimentarias y al 7% de empresas del ámbito de la artesanía. En cuanto a los productos reconocidos con la marca de calidad, corresponden al sector agroalimentario el 54% y el 36% a oferta turística, especialmente servicios de alojamiento y restauración, por lo que el 10% corresponde a los productos artesanales. Igualmente destacar que en 2011 han adquirido la licencia de uso 20

|       |                  |                     |                    |                       |                                       |                           |                      |
|-------|------------------|---------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------------------|---------------------------|----------------------|
| CLIMA | RESIDUOS         | AGUA                | ENERGÍA            | LITORAL               | PAISAJE                               | VEGETACIÓN                | BIODIVERSIDAD        |
| SUELO | CALIDAD DEL AIRE | ESPACIOS FORESTALES | ESPACIOS NATURALES | MEDIO AMBIENTE URBANO | INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN AMBIENTAL | SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL | SECTORES PRODUCTIVOS |

empresas: 13 del sector turismo de naturaleza y 7 del sector agroalimentario. En productos y servicios se contabilizan un total de 88, de los cuales 50 son agroalimentarios y 30 turísticos.

## 12. Método de cálculo

Los datos son suministrados directamente por la fuente.

## 13. Aclaraciones conceptuales

➤ Marca Parque Natural: es un distintivo de calidad promovido por la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía que ofrece al empresariado una puerta abierta a nuevos canales de promoción, difusión, comercialización y venta de determinados productos o servicios de los parques naturales andaluces.

El objetivo es fomentar y apoyar un desarrollo sostenible, con medidas que favorezcan la permanencia y la calidad de vida de las poblaciones que residen en ellos.

La *Marca Parque Natural de Andalucía* se dirige a determinados productos o servicios de los Parques Naturales que se definen en los Anexos III, IV y V de la Orden de 15 de diciembre de 2004, por la que se regula el Régimen Jurídico y el Procedimiento de Concesión de la Licencia de Uso de la misma (BOJA núm. 19, de 28 de enero de 2005). La categoría de productos y servicios para los que se puede obtener la licencia de uso de la marca son Productos Artesanales, Turismo de Naturaleza y Productos Naturales.

La conformidad de un producto o servicio a las especificaciones de las normas (anexos III, IV y V de la Orden) se evidenciará mediante el Certificado correspondiente emitido por una entidad de certificación de productos acreditada por ENAC o una Entidad reconocida en el ámbito de la Unión Europea. Actualmente, la entidad de certificación que ha solicitado acreditación de ENAC para la *Marca Parque Natural de Andalucía* es ANDANATURA.

|       |                  |                     |                    |                       |                                       |                           |                      |
|-------|------------------|---------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------------------|---------------------------|----------------------|
| CLIMA | RESIDUOS         | AGUA                | ENERGÍA            | LITORAL               | PAISAJE                               | VEGETACIÓN                | BIODIVERSIDAD        |
| SUELO | CALIDAD DEL AIRE | ESPACIOS FORESTALES | ESPACIOS NATURALES | MEDIO AMBIENTE URBANO | INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN AMBIENTAL | SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL | SECTORES PRODUCTIVOS |

#### 14. Unidad territorial de referencia

El ámbito de este indicador abarca todo el territorio andaluz.

#### 15. Fuente

Secretaría General de Medio Ambiente y Agua. Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente.

#### 16. Fecha de actualización de la ficha

La última actualización de esta ficha se realizó en enero de 2013.

#### 17. Enlaces relacionados

- EUROSTAT.
  - [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search\\_database](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database)
  - <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>
- Agencia Europea de Medio Ambiente (AEMA).
  - [http://www.eea.europa.eu/es/\(indicators\)](http://www.eea.europa.eu/es/(indicators))
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
  - <http://www.magrama.gob.es/es/>  
Banco público de Indicadores Ambientales.
- Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio
  - <http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/>
- Red de Información Ambiental de Andalucía, REDIAM.
  - [www.juntadeandalucia.es/medioambiente/rediam](http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/rediam)