

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Diplomatura en Turismo



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“Estudio sobre la comunicación
turística en los Sitios Patrimonio de la
Humanidad en Inglaterra (Reino
Unido)”**

TRABAJO FINAL DE CARRERA

Autor/es:

Gema Burguera Abril

Director/es:

Dña. Lola Teruel

GANDIA, 2011

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	OBJETIVOS	3
3.	METODOLOGIA	3
4.	INSTITUCIONES INTERNACIONALES	7
4.1.	ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA, UNESCO	7
4.2.	CONSEJO INTERNACIONAL DE MUSEOS, ICOMOS	8
4.3.	LA ONU (Organización de las Naciones Unidas)	8
4.4.	LA OMT (Organización Mundial del Turismo)	8
4.5.	LOS TRATADOS INTERNACIONALES	8
4.6.	SITIO PATROMONIO DE LA HUMANIDAD (SPH)	11
5.	SISTEMA TURÍSTICO INGLÉS	12
5.1.	BREVE HISTORIA DEL TURSIMO	12
5.2.	PRINCIPALES LUGARES TURÍSTICOS	14
5.3.	INSTITUCIONES ESTATALES	15
5.3.1.	EL DEPARTAMENTO PAR LA CULTURA, MEDIA Y DEPORTE (DCMS)	15
5.3.2.	AGENCIA NACIONAL DE TURISMO	15
5.3.3.	ENGLISH HERITAGE	16
5.3.4.	HERITAGE LOTTERY FUND	17
5.3.5.	ICOMOS-UK	17
5.3.6.	NATIONAL TRUST	17
6.	PROMOCIÓN ESTATAL	18
6.1.	GREAT BRITISH HERITAGE PASS	18
6.2.	LONDON PASS	19
6.3.	ENGLISH HERITAGE MEMBER	19
7.	“QUALITY IN TOURISM”	20
8.	LOS SITIOS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD EN INGLATERRA	21
8.1.	BLENHEIM PALACE	22
8.2.	CANTERBURY CATHEDRAL, ST. AUGUSTINE’S ABBEY AND ST.MARTIN’S CHURCH	24
8.3.	CITY OF BATH	26
8.4.	CONRWALL AND WEST DEVON MINING LANDSCAPE	28
8.5.	DERWENT VALLEY MILLS	30
8.6.	DURHAM CASTLE AND CATHEDRAL	32
8.7.	IRONBRIDGE GORGE	34
8.8.	LIVERPOOL-MARITIME MERCANTILE CITY	36
8.9.	MARITIME GREENWICH	38
8.10.	ROYAL BOTANIC GARDENS, KEW	40
8.11.	SALTAIRE	42
8.12.	STONENHENGE, AVEBURY AND ASSOCIATED SITES	44
8.13.	STUDLEY ROYAL PARK INCLUDING THE RUINS OF FUNTAINS ABBEY	46
8.14.	TOWER OF LONDON	48
8.15.	WESTMINSTER PALACE, WESTMINTER ABBEY AND SAINT MARGARET’S CHURCH	50
8.16.	DORSET AND EAST DEVON COAST	52

9. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS SPH	54
9.1. PÁGINAS WEB	55
9.2. IDIOMAS	57
9.3. PÚBLICO OBJETIVO	59
9.4. PRECIOS Y HORARIOS	61
9.5. PAQUETES Y PROMOCIONES	63
9.6. MARCA Y CALIDAD	65
9.7. RELACION CON OTROS PATRIMONIOS	67
10. RELACION CON LA COMUNIDAD LOCAL	69
10.1. ORGANIZACIONES LOCALES	69
10.2. ALOJAMIENTO	71
10.3. RESTAURACIÓN	73
10.4. COMPRAS	75
10.5. SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS	77
11. CONCLUSIONES	79
12. BIBLIOGRAFÍA	81
12.1. PÁGINAS WEB	82
12.2. IMÁGENES	85

1. INTRODUCCIÓN

Este estudio que aquí se presenta trata de ahondar en la relación que existe entre el turismo y los Sitios Patrimonio de la humanidad, SPH en adelante, localizados en Inglaterra. En concreto se plantea el estudio de la comunicación existente con el turista y la comercialización que realiza el SPH de sí mismo como producto turístico.

Las conclusiones a las que lleguemos nos ayudarán a mejorar la comunicación y comercialización de los SPH como producto turístico para que puedan realizar su tarea como dinamizadores de las economías locales de una forma más efectiva.

Así, en primer lugar, se presentarán algunas de las instituciones que ayudan a la creación y mantenimiento de los SPH también se expondrán algunos de los tratados internacionales más importantes y que se encuentran estrechamente relacionados con la conservación y protección de los SPH a nivel mundial.

En segundo lugar, se tratarán las particularidades del país donde se realiza el estudio, tales como historia de su turismo, las instituciones encargadas de gestionar el patrimonio, la promoción estatal y la calidad.

Seguidamente se presentan con una descripción y un análisis los 16 SPH que son el objeto de estudio de éste trabajo. A continuación, una vez conocidos los 16 SPH se profundizará en el análisis que estos SPH hacen en relación a la comunicación turística y la comercialización como producto turístico profundizando en sus páginas web oficiales para ampliar aspectos como son el idioma en el que se realiza la comunicación, público objetivo, precios y horarios, paquetes turísticos, etc.

Por último estudiaremos la relación que tienen estos sitios con la comunidad local para determinar si realmente actúan como motor económico como se propone en los tratados internacionales.

2. OBJETIVOS

Entre los objetivos que se pretenden alcanzar con este estudio destacamos:

- El objetivo principal es conocer si la comunicación de los SPH a través de sus Web es eficaz, entendiendo que se ofrece una información correcta, concisa y clara.
- El segundo objetivo es determinar si los SPH se comercializan como producto turístico y averiguar que formas de comercialización aplican.
- El tercer objetivo es testar si las propuestas de los tratados internacionales relativos a la dinamización de los SPH como elementos activos de las economías locales son realmente ciertos.

3. METODOLOGÍA

La metodología que se ha llevado a cabo para la realización de este estudio ha sido la siguiente:

1. Determinar los objetivos del estudio.
2. Selección de los SPH objeto de estudio.
3. Búsqueda de información de cada uno de los puntos a tratar.
4. Organización de la información y la bibliografía.
5. Confección de unas tablas metodológicas a partir de Teruel MD. "Internet como herramienta para la gestión turística sostenible de los Sitios Patrimonio de la Humanidad".
6. Redacción

Las fuentes secundarias de las cuales se ha extraído la información han sido las páginas web oficiales de las instituciones que se mencionan a lo largo de este estudio, todas ellas referenciadas y citadas en la bibliografía.

Otras fuentes secundarias son las declaraciones de las Naciones Unidas y la búsqueda bibliográfica. Hay que destacar que no ha sido fácil la recopilación de la información especializada y técnica dada la escasez de la misma ya que las páginas web se basan en estrategias de marketing.

A continuación se muestra la tabla que ha sido adaptada de un trabajo publicado por la Unesco realizado por MD. Teruel .

En la Tabla de Análisis 0 (TA.0), se realiza el análisis de los 16 SPH de forma individual, en ella se mostrarán sus características particulares, por tanto cada SPH tendrá su tabla respectiva (T.A) numeradas del 1 al 16. Puede observarse las cuestiones que se realizará a cada SPH y los resultados que se esperan obtener.

TA.0 NOMBRE DEL SITIO / Nº DE RESULTADOS ENCONTRADOS EN GOOGLE / FECHA DE CONSULTA	
Cuestiones	Comentarios
¿Tiene página web oficial?	Nombre de la página web oficial del sitio
¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	Aquí se muestra si la UNESCO nos ofrece información veraz y actualizada sobre los Sitios declarados Patrimonio de la Humanidad
¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	Aquí se muestra que otras páginas web a las que se puede acudir en busca de información complementaria y que puede confundir al turista.
¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	Este símbolo sirve para identificar los Sitios Oficiales y ofrecen garantía, se pretende averiguar si los Sitios la emplean.
¿Quién ha encargado la página?	Con estas dos preguntas pretendemos averiguar quién es el organismo encargado del Sitio o en su defecto quien es la empresa responsable de la comunicación del Sitio
¿Quién es el autor de la página?	
¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	El teléfono o correo de contacto es necesario para poder dar un servicio responsable, de esta manera se asegura un trato directo y en tiempo real, es una garantía para el turista.
¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	Se pretende averiguar si las actuaciones realizadas en estos Sitios están debidamente documentadas.
¿Facilitan la donación de fondos?	Puede ser a través de un link o de un formulario, en los que se facilite una contribución monetaria.
¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	Los SPH suelen recurrir a este tipo de negocios si sus instalaciones lo permiten. Nos muestra la capacidad de iniciativa del Sitio.
¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	De esta manera averiguaremos si mantienen contacto con la comunidad local para que ofrezca estos servicios.
¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	Las empresas privadas ofrecen actividades lúdicas dentro y fuera de los sitios, estudiaremos si el Sitio mantiene contacto con las empresas privadas locales.
¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	Como se ha visto en el proyecto algunos sitios trabajan con asociaciones caritativas para disminuir sus gastos, ahora averiguaremos si además buscan voluntarios por su cuenta para cubrir sus necesidades.
¿Está traducida a varios idiomas?	La traducción a varios idiomas nos propone que el sitio es visitado internacionalmente y que es consciente en la variedad lingüística del mundo, una percepción que se pierde al tratarse del país con un idioma internacional.

Para el análisis de la comunicación y comercialización de los SPH se utilizará una tabla que denominaremos tabla Comparativa 0, (TC.0), cada elemento de análisis tendrá una tabla comparativa numerada, las preguntas realizadas se marcarán con una letra ordenadas alfabéticamente y se establecen en la parte superior horizontal de la Tabla, cada uno de los 16 SPH se marcará con un número, que no variará de orden y se establecerá en la parte vertical izquierda de la tabla comparativa, con ella se realiza un examen comparativo de las diferencias y semejanzas en la comunicación entre los SPH como producto turístico.

Las páginas web de los SPH a analizar son las siguientes:

1. Blenheim Palace (1987): www.blenheimpalace.com
2. Canterbury Cathedral, St Augustine's Abbey, and St Martin's Church (1988): www.canterbury.co.uk
3. City of Bath (1987): www.visitbath.co.uk
4. Cornwall and West Devon Mining Landscape (2006): www.cornish-mining.org.uk
5. Derwent Valley Mills (2001): www.derwentvalleymills.org
6. Durham Castle and Cathedral (1986): --- (www.durhamtourism.co.uk)
7. Ironbridge Gorge (1986): www.visitironbridge.co.uk
8. Liverpool- Maritime Mercantile City (2004): www.liverpoolworldheritage.com
9. Maritime Greenwich (1997): www.greenwichwhs.org.uk
10. Royal Botanic Gardens, Kew (2003): www.kew.org
11. Saltaire (2001): www.saltairevillage.info
12. Stonenenge, Avebury and Associated Sites (1986): --- ¹
13. Studley Royal Park including the Ruins of Fountains Abbey (1986): www.fountainsabbey.org.uk
14. Tower of London (1988): --- (www.hrp.org.uk/toweroflondon/)
15. Westminster Palace, Westminster Abbey and Saint Margaret's Church (1987): ---
16. Dorset and East Devon Coast (2001): www.jurassiccoast.com

¹ Algunas de las páginas web mostrarán símbolo (---) para referirse a aquellos SPH que no tienen página web propia, otros SPH tendrán a continuación otra página entre paréntesis (www.durhamtourism.co.uk) que significa que están recogidas en otra página web que utilizaremos como caso de estudio.

4. INSTITUCIONES INTERNACIONALES

Las instituciones Internacionales que se tratan a continuación son reconocidas, por su eficacia, profesionalidad y credibilidad, en diversos campos de estudio. En este trabajo se destaca su importancia por intervenir directamente en la declaración, conservación, estudio y mantenimiento de los SPH.

4.1 ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA, UNESCO.

La UNESCO es la organización encargada de la declaración de los SPH. Además organiza y apoya las convenciones y tratados internacionales en temas como la diversidad cultural que está relacionado con los SPH.

La organización de las Naciones Unidas para la Educación, la ciencia y la cultura (UNESCO) es un organismo especializado perteneciente a la ONU (Organización de las Naciones Unidas)

Fue fundada con el objetivo de contribuir a la paz y la seguridad del mundo a través de la ciencia, la cultura y las comunicaciones; una de sus tareas es orientar a los pueblos en una gestión eficaz de su desarrollo a través de recursos naturales y bienes culturales, como los SPH.

Según la Unesco las colaboraciones más eficaces son aquellas que abarcan una amplia gama de organizaciones públicas y privadas.

El sector público apoya varios fondos globales, bancos de desarrollo y la gestión de los SPH, lo que incluye la promoción del Turismo Sostenible. Mientras que el sector privado contribuye eficazmente con su profesionalidad y financiamiento que permite una mayor intervención en las tareas que la UNESCO lleva a cabo.²

4.2 CONSEJO INTERNACIONAL DE MUSEOS, ICOMOS.

El Consejo Internacional de Museos, ICOMOS, se ocupa de la conservación y restauración del patrimonio, está compuesto por expertos entre los cuales se encuentran arquitectos, historiadores, arqueólogos, historiadores de arte, geógrafos, antropólogos, ingenieros y planificadores urbanísticos.

² Información extraída de www.unesco.org

ICOMOS realiza la función de consejero para la UNESCO durante la declaración de los Sitios Patrimonio de la Humanidad.

Este organismo trabaja para la conservación y protección de los SPH declarados bien cultural. Es la única organización mundial no gubernamental de esta clase, la cual se dedica a promover la aplicación de la teoría, metodología y técnicas científicas para la conservación del patrimonio arquitectónico y arqueológico.

Algunos de las responsabilidades y trabajos de ICOMOS-UK son apoyados por English Heritage (Inglaterra), Historic Scotland (Escocia) y Cadw (Irlanda).³

4.3 LA ONU (Organización de las Naciones Unidas)

Las Organización de las Naciones Unidas (ONU) también conocido como Naciones Unidas (UN) fue fundada en 1945 tras la Segunda Guerra Mundial por 51 países que se comprometieron en mantener la paz y la seguridad internacionales. También se comprometieron a promover el progreso social, mejorar el nivel de vida y mantener los derechos humanos.

La ONU es el máximo organismo de comunicación y entendimiento mundial, y de ella parten la mayoría de las organizaciones mundiales.⁴

4.4 LA OMT (Organización Mundial del Turismo)

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es un organismo dependiente de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y representa la principal institución Internacional en el campo del Turismo, desempeña un papel decisivo en la promoción y el establecimiento del turismo sostenible especialmente en países en desarrollo, como medida dinamizadora de la economía. La OMT establece políticas turísticas y realiza estudios muy útiles para el sector del turismo.⁵

³ Información extraída de www.icomos.org

⁴ Información extraída de www.un.org

⁵ Información extraída de www.world-tourism.org y www.unwto.org

4.5 LOS TRATADOS INTERNACIONALES

Los resúmenes de los tratados internacionales citados a continuación reflejan los objetivos de las organizaciones internacionales tratadas anteriormente.

La unión de los pueblos, diálogo, desarrollo sostenible, conocimiento y conservación son algunas de las peticiones internacionales que se hacen a través de estos tratados.

Se mencionan en este trabajo como muestra real de la importancia del diálogo, conocimiento y conexión entre los patrimonios y la comunidad local así como la voluntad de gestionar los diversos tipos de patrimonio de manera sostenible para que sirvan de motor económico a las economías locales.

Se presentan varios extractos de los tratados:

París 1972

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura e su 17ª Conferencia General celebrada en París del 17 de Octubre al 21 de Noviembre de 1972 estableció las bases de lo que es el patrimonio mundial, cultural y natural.

Según la convención, el patrimonio cultural y natural está amenazado por la destrucción y desaparición, esto constituye un empobrecimiento nefasto de los pueblos. La constitución de la UNESCO estipula que se ayudará a la conservación, progreso y difusión del saber, conservando y protegiendo el patrimonio universal, y considera, que ciertos bienes se conserven como elementos de la humanidad entera (Patrimonios de la Humanidad).

Se hace un llamamiento a la colectividad internacional a participar en la protección y a adoptar un sistema eficaz de protección, organizada de manera permanente, según métodos científicos modernos.

También estipula la creación de una lista de los bienes a los que se haya prestado ayuda internacional y se creará además “el Fondo del Patrimonio Mundial”.

Mediante los programas de educación se hará todo lo posible por estimular a los pueblos el respeto y aprecio por el patrimonio, e informar ampliamente al público de las amenazas que pesan sobre el patrimonio, el Comité establecerá por el asunto mencionado la “Lista de patrimonio mundial en peligro”⁶.

⁶ Extracto extraído de Organización de las Naciones Unidas “Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural”, París, Noviembre 1972.

París 2001

La 31ª Conferencia General realizada en París el 12 de septiembre de 2001 trata sobre los actos que constituyen crímenes contra la humanidad, en esta conferencia se intenta proseguir los esfuerzos encaminados a defender el patrimonio cultural e histórico amenazado.

Se invita al comité a que examine los medios destinados a reforzar la protección del patrimonio cultural y crear mejores mecanismos para promover la documentación científica, y que se pueda disponer de la información necesaria, que permita que el Consejo de Seguridad, aplique las sanciones correspondientes para proteger el patrimonio Cultural de la Humanidad.

Se deberá mejorar la protección jurídica para proteger el patrimonio en Peligro. La Convención de la Haya para la protección de los Bienes Culturales en caso de conflicto armado (1954) y sus dos protocolos son la única convención de la UNESCO sobre patrimonio que impone indirectamente obligaciones a gobiernos no reconocidos. Dicha convención y en concreto, en su 2º Protocolo (1999) contienen algunas disposiciones relativas a sanciones.

El daño causado a cualquier bien cultural significa un daño al patrimonio mundial de la humanidad y su preservación es responsabilidad de todos los pueblos y no solo de la cultura de origen.

Además se hace un llamamiento a todos los Estados del mundo para que se adhieran a la convención de la Haya y a sus dos protocolos y a la convención de la UNESCO para la protección del patrimonio mundial, cultural y natural (1972).⁷

Budapest 2002

La Declaración de Budapest sobre el patrimonio mundial reconoce la universalidad de la conferencia de 1972 y reconoce a la misma como un instrumento que protege al patrimonio en toda su diversidad.

El patrimonio servirá como un instrumento para el desarrollo sostenible de todas las sociedades y anima a todos los países que no estén adheridos a la Conferencia de 1972 a que lo hagan y así procurar un equilibrio adecuado y equitativo entre la conservación, sostenibilidad y desarrollo, a través de actividades que contribuyan al desarrollo económico, social y a la calidad de vida.

Se deberán promover estrategias de comunicación, educación, investigación y concienciación para asegurar a las comunidades locales la participación activa en la identificación, protección y administración del patrimonio.

Se trabajará para fortalecer la credibilidad, asegurar una conservación eficaz y aumentar, a través de la comunicación, los niveles de concienciación.⁸

⁷ Información extraída de UNESCO "Actos que constituyen crímenes contra el patrimonio común de la humanidad" París, Septiembre 2001.

⁸ Información extraída del Comité del Patrimonio Mundial "Declaración de Budapest sobre el patrimonio mundial", Budapest, Junio 2002

4.6. SITIO PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD (SPH)

Según la UNESCO, un SPH, es un sitio específico (sea bosque, montaña, lago, desierto, edificación, complejo o ciudad) que ha sido nominado y confirmado para su inclusión en la lista mantenida por el programa Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO, compuesto por 21 estados miembros.

El objetivo de la declaración es catalogar, preservar y dar a conocer sitios de importancia, cultural o natural, excepcional. Al año 2010, el catálogo consta de un Total de 911 sitios, de los cuales 704 son culturales, 180 naturales y 27 mixtos, distribuidos en 151 estados, En Inglaterra se localizan 26 de estos SPH, de los cuales 16 declarados son nuestro objeto de estudio (14 culturales y uno natural).

Cada SPH pertenece al país en el que se localiza, pero se nombra en consideración del interés de la comunidad internacional, la protección y conservación de los SPH para las futuras generaciones es la obligación de todos.

Para ser incluido en la lista de Patrimonios de la Humanidad un sitio debe tener un “sobresaliente valor universal” y debe satisfacer al menos uno de los siguientes diez criterios de selección.

- I. Representar una obra maestra del genio creativo humano.
- II. Testimoniar un importante intercambio de valores humanos a lo largo de un periodo de tiempo o dentro de un área cultural del mundo, en el desarrollo de la arquitectura o tecnología, artes monumentales, urbanismo o diseño paisajístico.
- III. Aportar un testimonio único o al menos excepcional de una tradición cultural o de una civilización existente o ya desaparecida.
- IV. Ofrecer un ejemplo eminente de un tipo de edificio, conjunto arquitectónico o tecnológico o paisaje, que ilustre una etapa significativa de la historia humana.
- V. Ser un ejemplo eminente de una tradición de asentamiento humano, utilización del mar o de la tierra, que sea representativa de una cultura (o culturas), o de la interacción humana con el medio ambiente especialmente cuando este se vuelva vulnerable frente al impacto de cambios irreversibles.
- VI. Estar directa o tangiblemente asociado con eventos o tradiciones vivas, con ideas o con creencias, con trabajos artísticos y literarios de destacada significación universal. (El comité considera que este criterio debe estar preferentemente acompañado de otros criterios).
- VII. Contener fenómenos naturales superlativos o áreas de excepcional belleza natural e importancia estética.
- VIII. Ser uno de los ejemplos representativos de importantes etapas de la historia de la tierra, incluyendo testimonios de la vida, procesos geológicos creadores de formas geológicas o características geomórficas o fisiográficas significativas.
- IX. Ser uno de los ejemplos eminentes de procesos ecológicos y biológicos en el curso de la evolución de los ecosistemas.
- X. Contener los hábitats naturales más representativos y más importantes para la conservación de la biodiversidad, incluyendo aquellos que contienen especies amenazadas de destacado valor universal desde el punto de vista de la ciencia y el conservacionismo.⁹

⁹ Información extraída de: whc.unesco.org/en/list

5. SISTEMA TURÍSTICO INGLÉS

En éste punto se tratará varios aspectos de Inglaterra. Se pretende averiguar el fondo social y político del país.

Se empezará por conocer la relación del país con el turismo y la evolución que ha tenido a lo largo de la historia, se presentará los lugares más visitados y, por último, se trataran las instituciones estatales encargadas del mantenimiento, protección y gestión de los SPH de Inglaterra.

5.1 BREVE HISTORIA DEL TURISMO

Según un artículo en www.history.uk.com el Turismo en Inglaterra, comenzó a formarse a principios del siglo XVIII, cuando un movimiento a favor a la salud se expandió por toda Gran Bretaña, lo que puso de moda los balnearios.

En 1720 algunos balnearios como el de Bath se convirtieron en atracciones turísticas, ya que sus beneficios para la salud se acompañaban con eventos sociales, lo que atrajo riquezas a la ciudad. El turismo de salud revitalizó la ciudad, se pavimentaron calles, se creó el alumbrado público, se crearon hoteles y restaurantes para dar servicio a los turistas, y nació la actual ciudad de Bath (SPH que se estudia en este trabajo).

Durante el reinado del Rey Jorge III (1738 – 1820) todavía perduraba el movimiento a favor del agua pero no se redujo sólo a los baños termales, el Rey Jorge III empezó a hacer pequeños viajes a la costa, afición que siguió su hijo Jorge IV implantando definitivamente la costumbre de bañarse en el mar. Los médicos apoyaron los beneficios del baño en el mar y la costumbre fue seguida por la alta sociedad y de esta manera se inició el turismo de sol y playa.

A mediados del XVIII se inició la moda de mandar a los jóvenes adolescentes a un viaje por Europa para visitar las mayores ciudades, aprender las diferentes culturas e idiomas como punto final a su educación, este viaje fue bautizado como el *Grand Tour*, y de este nombre deriva la palabra Turismo. La primera guía para turismo fue escrita en 1749 por Thomas Nugent y se tituló *“Grand Tour”*

En 1841 nació el primer paquete turístico a manos de Thomas Cook, se alquiló un tren para 570 personas que se dirigían de *Leicester* a *Loughborough* para ver un Rally. Cook había pagado parte de las tasas cargadas a los pasajeros, igual que un ticket de tren, pero suponía un contrato legal entre el pasajero y Cook, así que el mismo estableció su propio precio. Además estos tickets incluían la entrada a un espectáculo en unas gradas privadas y las comidas en el tren. Actualmente Thomas Cook es considerado el padre del turismo moderno.

En 1871 el Acta *“Bank Holiday”* introdujo el derecho estatuario para los trabajadores de tener vacaciones aunque estas no estuvieran pagadas, de esta manera a finales del siglo XIX las vacaciones de la clase media obrera se establecieron firmemente en Gran Bretaña y estuvieron muy centradas en los resorts a orillas del mar.

El crecimiento de las ciudades a orillas del mar causó el desarrollo de las redes ferroviarias a finales del XIX, las cuales conectaban de manera más fácil las grandes urbes con la costa vacacional. Algunos

resorts vacacionales fueron creados por compañías ferroviarias que hacían dichas líneas, como el *Morecambe* por la compañía *Midland Railway* y *Cleethorpes* por la compañía *Great Central Railway*, de esta manera se suministraba de turistas.

En 1930 apareció el turismo de camping pero la popularidad del alojamiento espartano ganó adeptos con los paquetes vacacionales de playa y el incremento de confort y servicios.

El Turismo de masas que conocemos hoy se desarrollo a partir 1918, final de la primera guerra mundial, cuando se dieron los tres factores siguientes: la primera, mejoras en la tecnología del transporte; segunda, un gran número de personas empezaran a disfrutar de tiempo libre y por último, a partir de 1925 las vacaciones fueran pagadas.

En conclusión, Inglaterra destaca por haber sido el país donde se desarrollo el turismo, fue en éste país donde se inicio el “*Grand Tour*” y también donde Thomas Cook desarrollo los primeros paquetes turísticos, además también se nacieron los primeros viajes en masa a la playa, pero el turismo inglés se caracterizaba por ser mayoritariamente doméstico, de ingleses para ingleses y en Inglaterra.¹⁰

¹⁰ Información extraída de: www.history.uk.com, www.grand.tour.org/history

5.2 PRINCIPALES LUGARES TURÍSTICOS

A continuación se explica la posición que ocupa Inglaterra (integrada dentro de Reino Unido) en llegada de turistas, cuáles son sus ciudades y monumentos más visitados, que países son los que más visitan Inglaterra, la duración de la estancia y el gasto por turista.

Según datos de la OMT, en el año 2009 Inglaterra ocupó la 6ª posición en cuanto a países receptores de turismo, con 28 millones de turistas, muy por detrás por ejemplo de Francia (1ª posición) con 74.2 millones de turistas y España (3ª posición) con 52.2 millones.

Durante el mismo año y según la misma fuente, Reino Unido ocupó el 7º lugar en ingresos generados por turismo internacional, con una cantidad de 30.1 billones de dólares americanos, por delante de él se encuentran España (2º lugar) con 53.2 billones y Francia (3º lugar) con 48.7 billones. En cuanto a gasto del turismo internacional, Reino Unido no figura entre los 10 primeros. Lo que indica que es un país receptor de turistas y no emisor.

En la misma web se expone los resultados de una encuesta realizada por la Revista Forbes en 2007, en la que se establecen las 50 mejores atracciones del mundo. En 4ª posición se encuentra *Trafalgar Square*, Londres, con 15 millones de turistas. Ninguna otra atracción de Reino Unido aparece entre las 50 primeras.

Según EnjoyEnglad, 5 de los SPH que se estudian en este trabajo se encuentran entre los 20 lugares más visitados en Inglaterra, se mencionan a continuación: Tower of London (3ª posición), Kew Gardens (6ª posición), Canterbury Cathedral (12ª posición), Westminster Abbey (13ª posición) y Los baños Romanos de Bath (19ª posición).

Según las estadísticas "UK Tourist 2009" realizadas por *VisitBritain*, se hallan los datos siguientes: Los turistas internacionales gastan una media de 3.16 noches en el viaje, con un gasto de 174 libras por viaje y 55 libras por noche.

Según *VisitBritain*, en el año 2009, los países que más han visitado Inglaterra han sido Francia (3808 visitantes), Irlanda (2920), EE.UU (2825), Alemania (2758), España (2161), Países Bajos (1711), Italia (1214) y Polonia (1044). La razón de las visitas ha sido mayoritariamente por vacaciones (38.398), de las cuales 14431 estaban incluidas en paquetes turísticos, le siguen las visitas familiares con 11527 visitas y las visitas por negocios con 6902.

Estos datos nos indican que Inglaterra es un país receptor de turistas, que acuden por placer y normalmente en estancias cortas o de fin de semana, sus turistas son mayoritariamente europeos y se centran en visitar la mayor parte de las atracciones que se encuentran en Londres.

5.3 INSTITUCIONES ESTATALES

Además de los organismos relacionados anteriormente como la UNESCO u ICOMOS, es interesante realizar una breve descripción de las instituciones nacionales que tienen entre sus cometidos la conservación de los SPH en el Reino Unido.

Algunas de estas instituciones tienen objetivos comunes pero su diferenciación se encuentra el tipo de mercado al que dirigen sus estrategias de marketing.

5.3.1 EL DEPARTAMENTO PARA LA CULTURA, MEDIA Y DEPORTE (DCMS).

El Departamento para la Cultura, Media y Deporte (DCMS) es el organismo estatal responsable de las artes, deporte, lotería nacional, turismo, bibliotecas, museos y galerías, transmisiones públicas, industrias creativas incluyendo cine y la industria de la música, libertad y regulación de la prensa, licencias, juego y del medioambiente histórico.

Es también responsable para la recopilación general del Patrimonio del Reino Unido y de la elección de sitios que serán presentados como candidatos para la nominación de los Sitios Patrimonio de la Humanidad de Reino Unido.

Es el organismo responsable de conservar su patrimonio nacional para las generaciones presentes y futuras, para ello apoya a *English Heritage*, que es el departamento encargado de aconsejar en todas las materias relacionadas con la conservación del patrimonio nacional inglés.¹¹

5.3.2 AGENCIA NACIONAL DE TURISMO

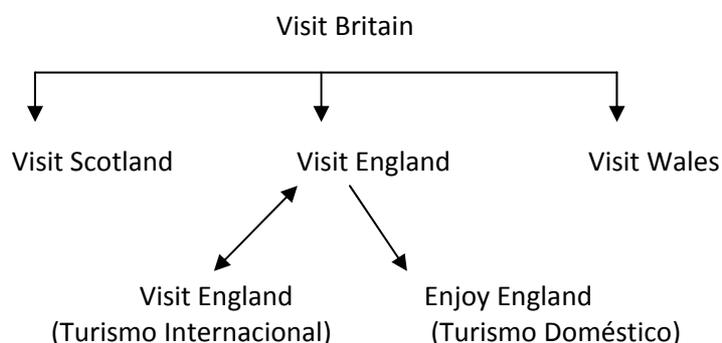
El 1 de Abril de 2003 se creó *VisitBritain*, marca por la que se conoce a la Agencia Nacional de Turismo, creada para promocionar Gran Bretaña tanto dentro como fuera de sus fronteras.

Para asegurar la diferencia entre el marketing para el turismo Internacional y Domestico, DCMS creó el *England Marketing Advisory Board* (EMAB), para crear una estrategia de Marketing únicamente para Inglaterra y que sería dirigida por parte de *VisitBritain*.

VisitBritain dirige el marketing de Reino Unido a nivel internacional, de ella dependen los diferentes comités turísticos, es decir, *Visit Scotland*, *Visit England* y *Visit Wales*, cada uno de ellos encargados del marketing turístico de sus países, además, cada una de estos comités dividen sus estrategias de marketing entre turismo internacional y nacional.

¹¹ Información extraída de www.culture.gov.uk

En el caso de Inglaterra *Visit England* se ocupa del marketing internacional de Inglaterra y ha creado un departamento *EnjoyEngland* que se ocupa del marketing nacional.



VisitBritain está especialmente diseñado para la Industria Turística de Reino Unido, centrándose en el turismo cultural y desarrollando así las tarjetas de visita más famosas entre los Turistas, *Great British Heritage Pass*, fue creado 30 años atrás¹²

5.3.3 ENGLISH HERITAGE

Oficialmente conocido como la Comisión para Edificios y Monumentos Históricos de Inglaterra, *English Heritage* es un Cuerpo Público Ejecutivo no-departamental (no pertenece al gobierno) apoyado por el Departamento para la Cultura, Media y Deporte (DCMS).

English Heritage no solo protege el medio histórico inglés sino que asegura que el público lo pueda apreciar y disfrutar en su cuidado, se trata de la fuente de ayudas más grande (no de loterías) para los edificios históricos, monumentos clásicos, áreas de conservación, sitios arqueológicos, catedrales e iglesias que existe en Reino Unido.

El DCMS provee de ayudas a *English Heritage* y este las distribuye por todo el territorio, así mismo, *English Heritage* contribuye a promover el aprendizaje de la historia del país y de su herencia por medio de visitas gratuitas a los diferentes patrimonios para grupos educativos; también ayuda al turismo, creando para ello el *English Heritage Membership*, tarjetas de visita a Sitios del Patrimonio Inglés y que en la mayoría de casos tienen beneficios anexos.

English Heritage comparte algunas partes de su trabajo y funciones con el Consejo Internacional de Sitios y Monumentos (ICOMOS).¹³

¹² Información extraída de www.visitbritain.com, www.visitengland.es y www.enjoyengland.com

¹³ Información extraída de www.english-heritage.org.uk, www.culture.gov.uk y www.icomos-uk.org

5.3.4 HERITAGE LOTTERY FUND

El Fondo para el Patrimonio de la Lotería fue establecido en 1994 por el parlamento para dar ayudas a una amplia gama de proyectos incluyendo el patrimonio local, regional y nacional de Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia y Gales.

Por cada libra gastada en los boletos de la lotería nacional, 28 peniques se destinan a diversas causas divididas entre: artes, caridad, salud, educación, medioambiente, patrimonio y deportes.

Usando dinero recaudado de la Lotería Nacional, el fondo de *Heritage Lottery* ha mantenido y transformado el patrimonio, invirtiendo más de 4000 millones de libras en más de 26000 proyectos desde 1994 hasta 2007.¹⁴

5.3.5 ICOMOS-UK

ICOMOS-UK (formado en 1965) es el Comité de ICOMOS en Reino Unido, se trata de una sociedad independiente caritativa con la misión internacional de promover y apoyar las mejores prácticas en conservación, rehabilitación, cuidados y entendimiento del entorno histórico.

Algunos de las responsabilidades y trabajos de ICOMOS-UK son apoyados por *English Heritage* (Inglaterra), *Historic Scotland* (Escocia) y *Cadw* (Irlanda).¹⁵

5.3.6 NATIONAL TRUST

National Trust es una organización benéfica, independiente del gobierno, que se basa en la generosidad de sus donantes, de sus 3.5 millones de miembros y sus 52.000 voluntarios para continuar su trabajo.

National Trust tiene una constante necesidad extra de fondos para cubrir las necesidades de conservación de los monumentos por esta razón a creado la organización de miembros del *National Trust* por la que con una cuota fija puede disfrutar de ciertos beneficios en los monumentos que supervisa.

De esta manera el *National Trust* consigue fondos para sus obras a la vez que da a conocer y explota algunos patrimonios nacionales y mundiales bajo su responsabilidad, como *Studley Royal Park* incluyendo *The Ruins of Fountains Abbey* y *Dorset and East Devon Coast*, ambos patrimonios de la humanidad son estudiados en este proyecto.¹⁶

¹⁴ Información extraída de www.hlf.org.uk

¹⁵ Información extraída de www.icomos.org y www.icomos-uk.org

¹⁶ Información extraída de www.nationaltrust.org.uk

6. PROMOCIÓN ESTATAL

La promoción estatal da a conocer dentro y fuera de las fronteras de Reino Unido los lugares más interesantes para viajar, las mejores fechas, y las ofertas más atrayentes.

En este caso se relacionan las diferentes tarjetas de promoción más utilizadas, como son: el *Great British Heritage Pass*, para turistas internacionales, *London Pass* para todo aquel que quiera visitar la gran ciudad y el *English Heritage Member* para los turistas nacionales y para aquellos que deseen apoyar al patrimonio inglés. Todas estas tarjetas se acompañan de libros guía donde muestran los diferentes Patrimonios en los que tienen beneficios.

Todas estas tarjetas han sido creadas por algunos de los departamentos estatales que hemos tratado en el punto anterior, esto les confiere una gran credibilidad.

La información ha sido extraída de <http://www.britishheritagepass.com/>, www.londonpass.com, <http://www.english-heritage.org.uk>.

6.1 GREAT BRITISH HERITAGE PASS



Imagen 1. Great British Heritage Pass

Esta tarjeta es una forma de promoción estatal en la que se incluyen la mayoría de Sitios y Monumentos Culturales de todo Reino Unido.

Da acceso a más de 600 propiedades destacando entre ellas los Sitios Patrimonio de la Humanidad de Stonenhenge y la Ciudad de Bath.

La tarjeta es exclusiva para turistas internacionales, y su precio varía según los días de visitas y el número de gente que haya en el grupo.

Esta tarjeta ofrece al turista una amplia base de información ya que se acompaña de un libro con los lugares que se pueden visitar. Esta tarjeta ofrece audio guías o visitas guiadas colectivas gratuitas.¹⁷

¹⁷ Información extraída de <http://www.britishheritagepass.com> y www.visitbritain.com

6.2 LONDON PASS



Imagen 2. The London Pass

El *London Pass* es similar al *Great British Heritage Pass*, pero se reduce a la ciudad de Londres, se pueden visitar atracciones, como el *London Eye* o el *Aquarium*, o bien conseguir descuentos o entradas gratuitas a otras atracciones.

Esta tarjeta facilita la estancia y movilidad de los turistas por la ciudad, el acceso prioritario de entrada, un libro guía, ofertas, descuentos y regalos adicionales.

También está disponible el *London Pass* con transporte incluido en el que se puede usar todos los medios de transporte público que existen en Londres, además, incluye el viaje en tren a Windsor. Este supone la mayor ventaja que puede adquirir un turista que visita Londres, los viajes son ilimitados durante los días que la tarjeta está vigente.¹⁸

6.3 ENGLISH HERITAGE MEMBER



Imagen 3. English Heritage Member

La tarjeta de miembro de *English Heritage*, al contrario que las dos anteriores, no es una tarjeta de promoción turística, es una tarjeta dirigida principalmente al turismo doméstico inglés y a aquellas personas que deseen ayudar en la salvaguarda de su patrimonio cultural.

Está dirigida para los residentes en Inglaterra. Los beneficios que aporta esta tarjeta son varios, por ejemplo, entrada gratuita a más de 400 atracciones históricas.

Con la compra de esta tarjeta se contribuye a la salvaguarda del patrimonio Inglés. Si no se desea la tarjeta anual se puede conseguir la tarjeta *Life Membership*, en la que el miembro ayuda a todo el patrimonio inglés, no sólo el cultural.

Esta tarjeta fue creada por *English Heritage*, de esta forma contribuye aportando fondos y dando a conocer monumentos bajo su protección.¹⁹

¹⁸ Información extraída de www.londonpass.com

¹⁹ Información extraída de www.english-heritage.org.uk

7. “QUALITY IN TOURISM”

Las acreditaciones de calidad son muy importantes en el sector del turismo, ya que en este sector es el cliente el que se debe desplazar para disfrutar del producto y de los servicios otorgados. Por esta razón es determinante que un alojamiento, restaurante o atracción tenga un sello de calidad que confiera al turista una garantía de trabajo bien hecho, seriedad y calidad en el trato y en los servicios ofrecidos.

El sistema de calidad Inglés para el turismo se denomina “*Quality in Tourism*” que se identifica con una rosa roja, en éste sistema intervienen dos organizaciones nacionales, *VisitBritain* desarrolla el plan de alojamiento inglés, establece los estándares de calidad, defiende las estrellas otorgadas y promociona la calidad del alojamiento en las campañas de marketing de *VisitBritain* y *enjoyEngland*.



Imagen 4. Sello de calidad en Turismo (Rose Red)

‘*Quality in Tourism*’ es un departamento que pertenece a *VisitBritain*, por tanto es el responsable de desarrollo, mantenimiento y comunicación del plan de calidad y además es el organismo que otorga el sello de calidad del mismo nombre.

Este sello tiene más de treinta años y se puede encontrar en todo Reino Unido, los residentes confían en estos sellos por que los negocios que los reciben son inspeccionados “*in situ*” para establecer las estrellas de calidad, que pueden variar de 1 a 5 pero que además se les puede premiar con “plata” y “oro” si las instalaciones y servicios son excepcionales.

El sello *Quality in Tourism* concede beneficios a los negocios como consejos y soporte técnico para ayudar a mejorar la calidad, participar en guías de alojamiento, aparecer en los buscadores de internet, y aparecer en los libro guías que ofrecen en sus tarjetas de promoción como *Great British Heritage Pass*.

Los beneficios otorgados son muy importantes por ello algunos recursos turísticos como pueden ser castillos, casas históricas o sitios arqueológicos pueden obtener también este galardón, bajo el nombre de *Visitor Attraction*.

Existen también algunas acreditaciones adicionales:

1. Accesibilidad: esta acreditación asegura los estándares de movilidad, auditiva y visual.
2. Acreditaciones de Bienvenida, a senderistas, ciclistas, animales y familias.
3. VAQAS: indica las mejores atracciones para los turistas y marca áreas de desarrollo.

Las acreditaciones de Bienvenida identifican los alojamientos que proveen facilidades y servicios específicos a ciertos grupos, algunos alojamientos están especializados en este tipo de clientes que tienen requisitos especiales²⁰.

²⁰ Información extraída de la página www.qualityintourism.com, www.visitbritain.com y www.visitengland.es

8. LOS SITIOS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD EN INGLATERRA

En el Reino Unido existen declarados 27 Sitios Patrimonio de la Humanidad, el objetivo de este trabajo es ahondar en la comunicación y comercialización de los 16 SPH que pertenecen a Inglaterra.

Así se ha dividido este apartado:

- En la primera parte; Se describe cada Sitio Patrimonio de la Humanidad, dónde la información recopilada ha sido extraída y traducida de la página oficial de la UNESCO, *World Heritage List*²¹.
- La segunda parte; siguiendo con el planteamiento hecho en el apartado 3 “metodología”, se procederá al estudio y cumplimentado de cada página web de los 16 SPH elegidos.

Los 16 SPH son:

1. Blenheim Palace (1987): www.blenheimpalace.com
2. Canterbury Cathedral, St Augustine’s Abbey, and St Martin’s Church (1988): www.canterbury.co.uk
3. City of Bath (1987): www.visitbath.co.uk
4. Cornwall and West Devon Mining Landscape (2006): www.cornish-mining.org.uk
5. Derwent Valley Mills (2001): www.derwentvalleymills.org
6. Durham Castle and Cathedral (1986): --- (www.durhamtourism.co.uk)
7. Ironbridge Gorge (1986): www.visitironbridge.co.uk
8. Liverpool- Maritime Mercantile City (2004): www.liverpoolworldheritage.com
9. Maritime Greenwich (1997): www.greenwichwhs.org.uk
10. Royal Botanic Gardens, Kew (2003): www.kew.org
11. Saltaire (2001): www.saltairevillage.info
12. Stonenhenge, Avebury and Associated Sites (1986): ---²²
13. Studley Royal Park including the Ruins of Fountains Abbey (1986): www.fountainsabbey.org.uk
14. Tower of London (1988): --- (www.hrp.org.uk/toweroflondon/)
15. Westminster Palace, Westminster Abbey and Saint Margaret’s Church (1987): ---
16. Dorset and East Devon Coast (2001): www.jurassiccoast.com

²¹ Página oficial de la UNESCO, World Heritage List: whc.unesco.org

²² Algunas de las páginas web mostrarán símbolo (---) para referirse a aquellos SPH que no tienen página web propia, otros SPH tendrán a continuación otra página entre paréntesis (www.durhamtourism.co.uk) que significa que están recogidas en otra página web que utilizaremos como caso de estudio.

8.1 BLENHEIM PALACE

Sitio Patrimonio de la Humanidad: Blenheim Palace

Año de nombramiento: 1987

Localización: Oxfordshire, England

Criterios de Nominación: (ii) (iv)

Sitio web (http): www.blenheimpalace.com



Imagen 5. Blenheim Palace

Breve descripción:

El Palacio Blenheim, cerca de Oxford, está situado en un parque romántico creado por el famoso jardinero paisajista “*Capability*” Brown. El palacio fue un presente de la Nación inglesa a John Churchill, primer Duque de *Marlborough*, en reconocimiento a su victoria en 1704 ante las tropas francesas y bávaras. Fue construido entre 1705 y 1722, el palacio se caracteriza por un estilo ecléctico y con un retorno a las raíces inglesas, es un perfecto ejemplo de residencia principesca del siglo XVIII.

El Palacio y el parque ilustran el comienzo del movimiento romántico inglés, el cual fue caracterizado por el eclecticismo de ésta inspiración que vuelve a lo nacional y al amor por la naturaleza. La influencia de Blenheim en la arquitectura y organización del espacio en el siglo XVIII y XIX fue fenomenalmente sentida tanto en Inglaterra como en el exterior.

Regalado por la Nación y construido en honor a los héroes de la guerra, Blenheim Palace es ante todo la residencia de un aristócrata, el primer Duque de *Marlborough*, quien fue también príncipe del Santo Imperio Germano Romano.

TA.1 BLENHEIM PALACE / 628.000 RESULTADOS / 26.01.09	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Tiene página web oficial?	http://www.blenheimpalace.com/
2. ¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	Sí, coincide, sólo ofrece esta página
3. ¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	No, la página es única
4. ¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	Sí, ofrece varios, entre ellos el sello de Patrimonio Mundial, el sello de la UNESCO y el sello de calidad de EnjoyEngland Visitor Attraction
5. ¿Quién ha encargado la página?	Los derechos son para Blenheim Palace y Jarrold Publishing
6. ¿Quién es el autor de la página?	
7. ¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	Sí, cada departamento dispone de su correo, número de teléfono y fax.
8. ¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	No existe ningún documento de esta índole en la página web a disposición del usuario.
9. ¿Facilitan la donación de fondos?	No, pero han creado la asociación de Amigos del Blenheim Palace.
10. ¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	Sí, tienen varios salones para organizar banquetes, fiestas, comidas y bodas, además alquilan algunas de sus propiedades.
11. ¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	Ofrecen información sobre dónde comer dentro el Sitio, para el alojamiento se ofrecen links de hoteles y páginas de turismo locales.
12. ¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13. ¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	No, la información encontrada es únicamente del Sitio, incluidas las actividades (tienen una gran lista de actividades muy variadas).
14. ¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	No trabajan con ningún tipo de programa de voluntariado pero si tienen un apartado que utilizan como bolsa de trabajo.
15. ¿Está traducida a varios idiomas?	No está traducida pero nos informan de que a la llegada disponen de folletos en varios idiomas.

8.2 CANTERBURY CATHEDRAL, ST. AUGUSTINE'S ABBEY AND ST. MARTIN'S CHURCH

Sitio Patrimonio de la Humanidad:

Canterbury Cathedral, St. Augustine's Abbey
and St. Martin's Church

Año de nombramiento: 1988

Localización: Provincia de Kent,
Inglaterra (N51 16 48 E1 4 60)

Criterios de Nominación: (i) (ii) (vi)

Sitio web (http): www.canterbury.gov.uk



Imagen 6. Catedral de Canterbury

Breve descripción:

Canterbury ha sido el asiento de la Cabeza espiritual de la Iglesia de Inglaterra durante aproximadamente 5 siglos. Otros monumentos importantes de Canterbury son: la modesta Iglesia de San Martín, que es la más antigua de Inglaterra; Las Ruinas de la Abadía de San Agustín, que son un recuerdo del rol evangelizador de los Santos en los pequeños reinos anglo-sajones desde 597; y la Catedral de la Iglesia de Cristo, un suspiro que mezcla romanticismo y gótico perpendicular.

La Catedral de la Iglesia de Cristo, especialmente en sus secciones del este es una creación única, la hermosura de su arquitectura está realizada por unas tempranas vidrieras, las cuales son las más antiguas de Inglaterra.

La influencia de la abadía Benedictina de San Agustín fue decisiva en la alta Edad Media en Inglaterra. La influencia de este centro monástico y de sus escritos están ampliamente extendidos a través de las fronteras de *Kent* y *Northumbria*.

La Iglesia de San Martín, la Abadía de San Agustín y la Catedral están directa y tangiblemente asociadas con la historia del cristianismo en los reinos anglosajones.

TA.2 CANTERBURY CATHEDRAL, ST AUGUSTINE'S ABBEY AND ST MARTIN'S CHURCH / 56400 RESULTADOS / 27.01.09	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Tiene página web oficial?	No existe página oficial que englobe estos 3 sitios
2. ¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	La Unesco nos ofrece únicamente la página web oficial de la Catedral de Canterbury.
3. ¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	Las ofrecidas son de la UNESCO, enjoyEnglan o Visit Britain, yo he encontrado la página de turismo de Canterbury en la que dan información más específica sobre estos 3 sitios (www.canterbury.gov.uk)
4. ¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	St Augustine's Abbey muestra el sello de Visitor Attraction St. Martins Church no muestra ningún sello. Canterbury cathedral no muestra ningún sello
5. ¿Quién ha encargado la página?	Los derechos pertenecen a Canterbury City Council (Gobierno de Canterbury)
6. ¿Quién es el autor de la página?	
7. ¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	Disponen de un teléfono y un formulario de contacto general pero no para cada Sitio.
8. ¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	No, la información disponible es básica, precios y horarios para cada sitio, junto con un poco de historia y poco más.
9. ¿Facilitan la donación de fondos?	No existe ningún formulario ni nada parecido.
10. ¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	NO, se tratan de iglesias que todavía siguen utilizándose, La catedral sigue teniendo a su Decano y St. Martin tiene ofrece misas cantadas.
11. ¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	Si, de la comunidad local y común a todos los Sitios además con reservas on-line.
12. ¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13. ¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	Sí, de la comunidad local y común a todos los Sitios.
14. ¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	No se trabaja con ningún programa de voluntariado.
15. ¿Está traducida a varios idiomas?	No se encuentra traducida, está únicamente e inglés.

8.3 CITY OF BATH

Sitio Patrimonio de la Humanidad: City of Bath

Año de nombramiento: 1987

Localización: Avon, England

(N51 22 53 W2 21 31)

Criterios de Nominación: (i) (ii) (iv)

Sitio web (http): www.visitbath.co.uk



Imagen 7. Ciudad de Bath

Breve descripción:

Fundada por los romanos como baños termales, Bath se convirtió en un importante centro lanero en la Edad Media. En el siglo XVIII, bajo Jorge III, se desarrolló una ciudad elegante con palacios neoclásicos que se mezclaban armoniosamente con los baños romanos.

En la ciudad se encuentra el palacio semicircular más grandioso de Europa, las terrazas y plazas que se extienden por la ciudad se asientan en su verde valle con una demostración de integración con la naturaleza, el diseño urbano supone la creación deliberada de una ciudad bella.

Bath ejemplifica el movimiento del siglo XVIII que se aleja de los trazados de calles cerradas y uniformes de las ciudades renacentistas y se dirige hacia la idea de planificar edificios y ciudades en los paisajes para conseguir vistas y formas pintorescas, que pueden ser vistas repetidamente alrededor de Europa. Esta unificación entre naturaleza y ciudad vista en Bath es mejor mostrado en el *Royal Crescent* y *Lansdown Crescent*.

Bath refleja dos áreas fantásticas de la historia de la humanidad: romana y georgiana. Los baños romanos y el complejo del Templo junto con los restos de la antigua ciudad de *Aquae Suli* que creció alrededor de ella hace de la ciudad una contribución única al entendimiento de la sociedad y religión romana. El siglo XVIII desarrolló una combinación única de arquitectura urbana, disposición espacial e historia social, ejemplificada en la ciudad neoclásica, la monumentalización de las casas ordinarias, la integración del paisaje y la ciudad y la creación de espacios urbanos.

TA.3 CITY OF BATH / 5.600.000 RESULTADOS/ 28.01.09	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Tiene página web oficial?	Sí, www.visitbath.co.uk
2. ¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	No coincide
3. ¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	La UNESCO ofrece www.bathnes.gov.uk (gobierno local de Bath) y la página de Assembly Rooms (una atracción concreta de Bath) dirigida por NATIONAL TRUST
4. ¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	No, muestran el sello de Visit Britain.
5. ¿Quién ha encargado la página?	Los derechos pertenecen a Bath Tourism Plus (Asociación de marketing para el Turismo de la Ciudad de Bath y alrededores que establece una relación entre el sector público y privado)
6. ¿Quién es el autor de la página?	
7. ¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	Sí, los distintos departamentos tienen su e-mail y teléfono.
8. ¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	No, no hay documentación disponible.
9. ¿Facilitan la donación de fondos?	No.
10. ¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	Al tratarse de una ciudad obtienen ingresos directos a través de su Tarjeta de visita (Visitor card), que funciona como el London Pass pero a nivel local.
11. ¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	Sí, ofrece una central de reservas además de varias opciones alternativas y una lista de los sitios donde comer y beber.
12. ¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13. ¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	Sí, la información es amplia.
14. ¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	No trabajan con programas de voluntariado aunque disponen de un apartado que usan como bolsa de trabajo.
15. ¿Está traducida a varios idiomas?	Sí, está traducida a 4 idiomas: Francés, Alemán, Español y Coreano

8.4 CORNWALL AND WEST DEVON MINING LANDSCAPE

Sitio Patrimonio de la Humanidad:

Cornwall and West Devon Mining Landscape

Año de nombramiento: 2006

Localización: Cornwall and West Devon Counties

(N50 08 10 W05 23 01)

Criterios de Nominación: (ii) (iii) (iv)

Sitio web (http): www.cornish-mining.org.uk



Imagen 8. Mina de Levante, Cornwell and West Devon Mining Landscape

Breve descripción:

Muchos de los paisajes de Cornwall y West Devon fueron transformados en el siglo XVIII y XIX como resultado del rápido crecimiento de los pioneros de la minería del cobre y estaño. Las profundas minas, las casas de ingeniería, fundiciones, nuevas ciudades, puertos y bahías y sus industrias auxiliares; juntos reflejan una innovación prolifera que en el siglo XIX permitió a la región producir dos tercios de la producción mundial de cobre.

Los restos recuerdan la contribución de Cornwall y West Devon que hicieron a la Revolución Industrial en el resto de Gran Bretaña y la influencia fundamental en el área de la minería a lo largo del mundo.

TA.4 CORNWALL AND WEST DEVON MINING LANDSCAPE / 70.500 RESULTADOS / 29.01.09	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Tiene página web oficial?	Sí, www.cornish-mining.org.uk
2. ¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	Sí coincide
3. ¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	No, este caso es muy claro
4. ¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	Sí, además tienen un apartado donde explican el significado de ser Sitio Patrimonio de la Humanidad.
5. ¿Quién ha encargado la página?	Los derechos pertenecen al Sitio Patrimonio de la Humanidad de Cornwall and West Devon Mining Landscape "Cornish Mining"
6. ¿Quién es el autor de la página?	
7. ¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	Si, se dispone de correo y teléfono de contacto
8. ¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	Sí, se pueden encontrar varios documentos para descargar gratuitamente incluido el Documento de Nominación a WHS y el Management Plan.
9. ¿Facilitan la donación de fondos?	No, reciben fondos del Fondo Europeo de Desarrollo Regional.
10. ¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	No, no tienen ningún aporte directo.
11. ¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	No, no ofrecen ningún tipo de información.
12. ¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13. ¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	Si, ofrecen información sobre las actividades.
14. ¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	No tienen ningún programa de voluntariado.
15. ¿Está traducida a varios idiomas?	La página está sólo en inglés.

8.5 DERWENT VALLEY MILLS

Sitio Patrimonio de la Humanidad: Derwent Valley Mills

Año de nombramiento: 2001

Localización: Derbyshire, England

(N53 1 44 W1 29 17)

Criterios de Nominación: (ii) (iv)

Sitio web (http): www.derwentvalleymills.org



Imagen 9. Molino Cromford, Derwent Valley Mills

Breve descripción:

Derwent Valley en Inglaterra central contiene una serie de molinos de algodón de los siglos XVIII y XIX y un paisaje industrial con alto interés histórico y tecnológico. La industria moderna debe sus orígenes a los molinos de *Cromford*, donde los inventos de Richard Arkwright fueron los primeros en ser aplicados a escala industrial.

Las viviendas de los trabajadores fueron asociados a la fabrica y a los molinos, el pueblo permanece intacto e ilustra el desarrollo socio-económico del área.

En Derwent Valley nació el del sistema de fabricas, cuando nuevos edificios fueron creados para alojar la nueva tecnología "*spinning cotton*" desarrollada por R.Arkwright en el XIX.

Derwent Valley fue el primer productor industrial de la historia, hasta la fecha en un entorno rural. La necesidad de proporcionar viviendas y otras facilidades para trabajadores y encargados fue el resultado de la creación de la primera ciudad moderna.

TA.5 DERWENT VALLEY MILLS / 44.400/ 30.01.09	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Tiene página web oficial?	Si, www.derwentvalleymills.org
2. ¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	Sí, coincide.
3. ¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	No, esta es la oficial.
4. ¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	Sí, lo muestran en el encabezado de la página.
5. ¿Quién ha encargado la página?	Los derechos son para la Asociación Derwent Valley Mills y terceras partes.
6. ¿Quién es el autor de la página?	
7. ¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	Si, se dispone de e-mail y teléfono de contacto.
8. ¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	Sí, tiene varios documentos disponibles en PDF entre ellos el Management Plan.
9. ¿Facilitan la donación de fondos?	No.
10. ¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	No, no mencionan ninguna de estas formas de obtener ingresos directos ni otras que pudieran ser similares.
11. ¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	En el apartado de Enlaces Útiles aparecen unos enlaces que ofrecen este tipo de información.
12. ¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13. ¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	Sí, mencionan actividades y eventos que realizan las comunidades locales.
14. ¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	No, no se trabaja con ningún tipo de programa de voluntariado.
15. ¿Está traducida a varios idiomas?	La página web solo se puede encontrar en inglés.

8.6 DURHAM CASTLE AND CATHEDRAL

Sitio Patrimonio de la Humanidad:

Durham Castle and Cathedral

Año de nombramiento: 1986

Localización: County of Durham, England

(N54 46 29 W1 34 34)

Criterios de Nominación: (ii) (iv) (vi)

Sitio web ([http](http://)):



Imagen 10. Vista Aérea del centro histórico de Durham

Breve descripción:

La catedral de Durham fue construida entre el siglo XI y XII para albergar las reliquias de San Cuthbert y del venerable Bede (evangelizadores de *Northumbria*), esto atestigua la importancia de la temprana comunidad benedictina y es el mayor y más fino ejemplo de arquitectura normanda en Inglaterra. La audacia innovadora de sus bóvedas presagiaban la arquitectura gótica.

Junto a la catedral está el castillo, una antigua fortaleza normanda que fue la residencia del obispo-príncipe de Durham.

La Catedral de Durham es la mayor y el monumento de estilo Normando más perfecto de Inglaterra. Por otra parte, la pequeña capilla del claustro marca el punto evolutivo de la escultura románica del siglo XI.

Algunos piensan erróneamente que la Catedral de Durham es el primer monumento gótico (la relación entre ésta y las Iglesias de la región de *île-de-France* en el siglo XII no es obvio), éste edificio, debido a su innovadora audacia de sus bóvedas, constituye, como Spire y Cluny, un tipo de modelo experimental que fue un adelanto en su tiempo.

Alrededor de las reliquias de Cuthbert y Bede, Durham cristalizó la memoria de la evangelización de *Northumbria* y su primitiva vida monástica Benedictina.

TA.6 DURHAM CASTLE AND CATHEDRAL / 70.700 RESULTADOS / 01.02.09	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Tiene página web oficial?	No dispone de página web oficial, pero nosotros estudiaremos www.durhamtourism.co.uk
2. ¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	No, la UNESCO nos muestra varias páginas que pueden ser de interés, pero ninguna habla de estos dos Sitios en conjunto como Patrimonio Mundial.
3. ¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	Sí, la página oficial de la Catedral de Durham (www.durhamcathedral.co.uk), La Universidad de Durham que se encuentra ubicada en el Castillo (www.dur.ac.uk/university.college) y la página de turismo para el condado de Durham (www.visitcountydurham.com)
4. ¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	No, este sello no es mostrado.
5. ¿Quién ha encargado la página?	Esta mantenida por el Ayuntamiento de la Ciudad de Durham.
6. ¿Quién es el autor de la página?	
7. ¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	Sí, dispone de teléfono y correo de contacto del Tourist Information
8. ¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	No se encuentra ningún tipo de documento.
9. ¿Facilitan la donación de fondos?	No.
10. ¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	La información sobre este tipo de actividades es nula.
11. ¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	Para obtener información sobre donde dormir existen varios enlaces, entre ellos a Visit Britain y County of Durham; para la comida nos presentan una amplia cantidad de restaurantes bien organizados por tipología. (India, china, Italiana...)
12. ¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13. ¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	Nos presentan unos cuantos lugares de ocio, como los cines y el teatro.
14. ¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	No se encuentra ningún programa de voluntariado ni bolsa de trabajo.
15. ¿Está traducida a varios idiomas?	Solo se encuentra en inglés.

8.7 IRONBRIDGE GORGE

Sitio Patrimonio de la Humanidad: Ironbridge Gorge

Año de nombramiento: 1986

Localización: Shropshire, England

(N52, 37,35, W2, 28,22)

Criterios de Nominación: (i) (ii) (iv) (vi)

Sitio web (http): www.visitironbridge.co.uk



Imagen 11. Iron Bridge

Breve descripción:

Ironbridge es conocido a través del mundo como símbolo de la Revolución Industrial. Tiene todos los elementos de progreso que contribuyeron en el rápido progreso de esta región industrial en el siglo XVIII, desde las minas hasta las líneas de ferrocarril. Se encuentra cerca del alto horno de *Coalbrookdale*, construido en 1708, se mantiene en pie como recordatorio del descubrimiento del carbón de *coke*.

El puente en Ironbridge, es el primer puente del mundo construido con hierro, tuvo una considerable influencia en el desarrollo de la tecnología y arquitectura.

El alto horno de *Coalbrookdale* perpetúa in situ el ingenio creativo de Abraham Darby I quien descubrió el hierro de *coke* en 1709. Esta es una obra maestra del ingenio creativo del hombre al igual que Ironbridge, que es el primer puente de metal conocido. Fue construido en 1779 por Abraham Darby III desde los dibujos del Arquitecto Thomas Farnolls Pritchard.

El *Coalbrookdale* e Ironbridge ejercieron gran influencia en el desarrollo de técnicas y arquitectura.

Ironbridge proporciona una gran fascinación en el desarrollo de una región industrial en tiempos modernos. Centros mineros, transformación industrial, plantas de manufactura, barrios obreros y sistemas de transporte están suficientemente bien conservados para formar un coherente engranaje cuyo potencial educacional es considerable.

Se trata de un célebre símbolo de la Revolución Industrial del siglo XVIII.

TA.7		IRONBRIDGE GORGE / 90.400 RESULTADOS / 02.02.09	
Preguntas		Respuestas	
1.	¿Tiene página web oficial?	Sí, www.visitironbridge.co.uk	
2.	¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	No, nos ofrece varias páginas pero ninguna de ellas es la oficial.	
3.	¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	Sí, Museos de Ironbridge (www.ironbridge.org.uk) y del gobierno de Telford (www.telford.gov.uk)	
4.	¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	Lo utilizan en el apartado que explican su condición de Patrimonio Mundial.	
5.	¿Quién ha encargado la página?	La pagina es propiedad y está mantenida por Telford & Shropshire Marketing Partnership.	
6.	¿Quién es el autor de la página?		
7.	¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	Sí, se dispone de teléfono, fax y correo de contacto, además de un formulario de contacto.	
8.	¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	No se pueden encontrar documentos para descargar de ninguna clase.	
9.	¿Facilitan la donación de fondos?	No.	
10.	¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	No, no se ofrecen este tipo de servicios en esta página.	
11.	¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	Sí, ponen en contacto de una manera muy ordenada al turista con el Alojamiento y Restaurantes de la zona, informando sobre la localización, precios y contacto.	
12.	¿Ofrecen información sobre dónde comer?		
13.	¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	Sí, Museos, Casas históricas, jardines, granjas y otras atracciones que ponen en contacto al turista con la comunidad local.	
14.	¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	No, no disponen de ningún apartado para voluntariado o como bolsa de trabajo.	
15.	¿Está traducida a varios idiomas?	La página solo se puede encontrar en inglés.	

8.8 LIVERPOOL-MARITIME MERCANTILE CITY

Sitio Patrimonio de la Humanidad:

Liverpool, Maritime Mercantile City

Año de nombramiento: 2004

Localización: Liverpool, England

(N53 24 24.0 W2 59 40.0)

Criterios de Nominación: (ii) (iii) (iv)



Imagen 12. Edificio del Puerto de Liverpool

Sitio web (http): www.liverpoolworldheritage.com

Breve descripción:

Liverpool tiene seis áreas repartidas entre en el centro histórico y en la zona portuaria de la ciudad marítima mercantil que soportan el testimonio del desarrollo de uno de los mayores centros de negocios en el siglo XVIII y XIX. Liverpool jugó un rol importante en el crecimiento del imperio británico y se convirtió en el mayor puerto para el movimiento de masas desde el Norte de Europa hacia América. Liverpool fue el pionero en el desarrollo de tecnología portuaria, sistema de transportes y dirección de puerto. Las características mencionadas tienen una gran significancia comercial y se refleja en los edificios públicos, incluyendo el St. George's Plateau.

Liverpool fue el mayor centro generando tecnología innovadora y métodos en la construcción de muelles y dirección de puertos en el siglo XVIII y XIX. De este modo se contribuyó a la construcción de un sistema mercantil internacional a través de la Commonwealth Británica.

La ciudad y el puerto de Liverpool son un testimonio excepcional del desarrollo de la cultura mercantil en los siglos XVIII y XIX, contribuyendo al crecimiento del Imperio Británico. Fue un centro para el comercio esclavo, hasta su abolición en 1807 y la emigración del Norte de Europa a América.

Liverpool es un ejemplo notable de una ciudad portuaria mercantil mundial, que representa el temprano crecimiento de un comercio global y conexiones culturales a través del Imperio Británico.

TA.8 LIVERPOOL-MARITIME MERCANTILE CITY / 195.000 RESULTADOS / 03.02.09	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Tiene página web oficial?	Sí, se muestra en el encabezado
2. ¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	La UNESCO no nos ofrece ninguna página web de este Sitio Patrimonio de la Humanidad.
3. ¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	No, la única que puede servir para tener información adicional es (www.visitliverpool.com) la página de turismo oficial para la región de Liverpool
4. ¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	Se muestra en la cabecera de la página, por lo que esta visible en todo momento.
5. ¿Quién ha encargado la página?	World Heritage Steering Group
6. ¿Quién es el autor de la página?	
7. ¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	Si, se dispone de teléfono y de correo para contactar.
8. ¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	Sí, son varios los documentos que se pueden descargar y se acompañan con explicaciones.
9. ¿Facilitan la donación de fondos?	No.
10. ¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	No se muestra información sobre este tipo de servicios ni por tarjetas de visitas más asociadas con las ciudades.
11. ¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	No directamente pero nos proporcionan un link para la acomodación de la página (www.visitliverpool.com)
12. ¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13. ¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	Sí, de la misma forma nos ofrecen links a los museos, a la catedral y a visitas guiadas. También son enlaces a (www.visitliverpool.com)
14. ¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	No, no existe ningún programa de voluntariado y tampoco bolsa de trabajo.
15. ¿Está traducida a varios idiomas?	Esta página se puede encontrar solo en inglés.

8.9 MARITIME GREENWICH

Sitio Patrimonio de la Humanidad: Maritime Greenwich

Año de nombramiento: 1997

Localización: London Borough of Greenwich, England

Criterios de Nominación: (i) (ii) (iv) (vi)

Sitio web (http): www.greenwichwhs.org.uk



Imagen 13. Greenwich

Breve descripción:

Los edificios de la Asamblea en Greenwich, el distrito de Londres adyacente y el parque, simbolizan el esfuerzo artístico y científico de los siglos XVII y XVIII.

Maritime of Greenwich soporta el testigo de la arquitectura Europea como un importante punto en su evolución, ejemplificado por el trabajo de grandes arquitectos como son Inigo Jones y Christopher Wren quien se inspira por los desarrollos en el continente Europeo, mientras el parque ejemplifica la interacción entre el hombre y la naturaleza a lo largo de 200 años.

Los edificios públicos y privados del parque real en Greenwich forman un excepcional engranaje que soporta el testigo de la artística humana y el esfuerzo creativo de la mayor calidad.

El Palacio, el Real Colegio naval, el Parque Real demuestran el poder, patrocinio e influencia de la corona en el siglo XVII y XVIII y su ilustración a través de la habilidad de planear e integrar cultura y naturaleza dentro de un todo armonioso.

Greenwich está asociado con la excepcional arquitectura y logros científicos tanto como a los esfuerzos en el desarrollo de la ciencia de la navegación, la ciencia de la astronomía en el Observatorio Real, juntamente con el establecimiento del Meridiano Greenwich como principal hora como estándares mundiales.

TA.9 MARITIME GREENWICH / 278.000 RESULTADOS / 04.02.09	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Tiene página web oficial?	www.greenwichwhs.org.uk
2. ¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	Sí, coincide
3. ¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	No, la página es única.
4. ¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	Sí, esta como pie de página por lo que se encuentra visible.
5. ¿Quién ha encargado la página?	Creada por Appius, en nombre de Maritime Greenwich World Heritage Steering Group.
6. ¿Quién es el autor de la página?	
7. ¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	Se dispone de teléfono, fax y formulario de contacto además de correo en otros departamentos específicos.
8. ¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	Sí, se encuentra disponible el Management Plan en PDF
9. ¿Facilitan la donación de fondos?	No
10. ¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	Sí; bodas, conferencias, banquetes y eventos.
11. ¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	Sí, hay información de los locales de los alrededores con explicación sobre los productos y teléfono de contacto.
12. ¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13. ¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	Ofrece información sobre actividades y eventos que se celebran cada mes tanto dentro del Sitio como en el barrio de Greenwich.
14. ¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	No.
15. ¿Está traducida a varios idiomas?	No, se encuentra solo en inglés.

8.10 ROYAL BOTANIC GARDENS, KEW

Sitio Patrimonio de la Humanidad:

Royal Botanic Gardens, Kew

Año de nombramiento: 2003

Localización: London Borough of Richmond upon Thames, Southwest Greater London

(N51 28 55.0 W0 17 38.5)

Criterios de Nominación: (ii) (iii) (iv)

Sitio web (http): www.kew.org



Imagen 14. The Palm Glass House. Jardines Botánicos, Kew.

Breve descripción:

Este histórico jardín muestra elementos que ilustran periodos significativos del arte del jardín desde el siglo XVIII hasta el XX. Las colecciones de la casa botánica de Kew Gardens (plantas conservadas, plantas vivas y documentos) que han sido considerablemente enriquecidas a lo largo de siglos.

Desde su creación en 1759, los jardines han hecho una significativa e ininterrumpida contribución al estudio de la diversidad de plantas.

Desde el siglo XVIII, los jardines botánicos de Kew han sido cercanamente asociados con científicos e intercambio económico establecidos a través del tiempo en el campo de la botánica y esto está reflejado en la riqueza de sus colecciones. El paisajismo y la arquitectura de los jardines muestran considerables influencias artísticas del continente europeo y de regiones más distantes.

Los jardines de Kew han contribuido largamente a los adelantos en varias disciplinas científicas, particularmente botánica y ecología.

El paisajismo de jardines y los edificios creados por famosos artistas como Charles Bridgeman, William Kent, Lancelot "Capability" Brown y William Chambers reflejan el comienzo del movimiento que tuvo una influencia internacional.

TA.10 ROYAL BOTANIC GARDENS , KEW / 1.270.000 RESULTADOS / 05.02.09	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Tiene página web oficial?	www.kew.org
2. ¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	Sí, coincide, sólo nos da esta página.
3. ¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	No, esta página es única
4. ¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	No se muestra.
5. ¿Quién ha encargado la página?	Los derechos pertenecen a Trustees of the Royal Botanic Gardens, Kew
6. ¿Quién es el autor de la página?	
7. ¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	Sí, se dispone de teléfono y correo de contacto.
8. ¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	Sí, se puede encontrar el Management Plan y muchos otros documentos como el Libro de Cuentas.
9. ¿Facilitan la donación de fondos?	Si, facilitan la donación de fondos a través de un formulario on-line.
10. ¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	No se ve ningún tipo de estos servicios en la página.
11. ¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	No se ofrece este tipo de información, únicamente se mencionan los lugares donde poder comer dentro del Sitio.
12. ¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13. ¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	No, se informa sobre las actividades y tiendas que se encuentran dentro del Sitio.
14. ¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	Sí tienen un programa de voluntariado y además una bolsa de trabajo.
15. ¿Está traducida a varios idiomas?	La página se encuentra en inglés pero nos informan que se puede encontrar planos del lugar en varios idiomas, entre ellos el español.

8.11 SALTAIRE

Sitio Patrimonio de la Humanidad: Saltaire

Año de nombramiento: 2001

Localización: West Yorkshire, England

(N53 50 21 W1 47 18)

Criterios de Nominación: (ii) (iv)

Sitio web (http): www.saltairvillage.info



Imagen 15. Fábrica de Saltaire

Breve descripción:

Saltaire, West Yorkshire, es una completa y bien preservada villa industrial de la segunda mitad del siglo XIX. Hay molinos textiles, edificios públicos y barrios obreros, fueron construidos en armonioso estilo con altos estándares arquitectónicos y el plan urbano sobrevive intacto, dando una viva impresión de filantrópico paternalismo Victoriano.

Saltaire es un sobresaliente y buen preservado ejemplo de ciudad industrial de mitad del siglo XIX, el diseño del cual fue el mayor esfuerzo de influencia en el desarrollo del movimiento “ciudad-jardín”.

El diseño y arquitectura de Saltaire refleja un importante rol jugado por la industria textil en el desarrollo económico y social del siglo XIX.

TA.11 SALTAIRE / 860.000 RESULTADOS / 07.02.09	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Tiene página web oficial?	www.saltairevillage.info
2. ¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	Sí, coincide, además es la única página que nos ofrece.
3. ¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	No.
4. ¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	No se muestra en ningún apartado, tampoco en el apartado de Saltaire World Heritage Site.
5. ¿Quién ha encargado la página?	La autora de la página es Pamela Reynolds, diseñadora y manager de la página.
6. ¿Quién es el autor de la página?	
7. ¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	Sí, se dispone de teléfono y correo de contacto para todo el equipo de diseño incluido para Pamela Reynolds.
8. ¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	No se encuentran este tipo de documentos en esta página web.
9. ¿Facilitan la donación de fondos?	No se facilitan las donaciones.
10. ¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	No promocionan este tipo de servicios en la página.
11. ¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	Nos ofrecen dos opciones de alojamiento, no menciona nada sobre comida.
12. ¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13. ¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	Tiene links de la mayoría de negocios de Saltaire, como si se tratara de un Directorio o portal de negocios, incluyen las visitas guiadas.
14. ¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	No se trabaja con ningún programa de voluntariado.
15. ¿Está traducida a varios idiomas?	Sí, a través del traductor Babel Fish la página se puede traducir a ocho idiomas diferentes.

8.12 STONENHENGE, AVEBURY AND ASSOCIATED SITES

Sitio Patrimonio de la Humanidad: Stonehenge, Avebury and Associated Sites

Año de nombramiento: 1986

Localización: Wiltshire, England

Criterios de Nominación: (i) (ii) (iii)

Sitio web (http): ---



Imagen 16. Stonehenge

Breve descripción:

Stonehenge y Avebury, en Wiltshire, se encuentran entre los grupos de megalitos más famosos del mundo. Los dos santuarios consisten en círculos de menires establecidos en un plano cuyo significado astronómico está todavía siendo explorado. Estos lugares sagrados y los cercanos lugares neolíticos son un testimonio incomparable de tiempos prehistóricos.

Los monumentos de Stonehenge, Avebury y lugares asociados al sitio patrimonio de la humanidad demuestran un sobresaliente logro creativo y tecnológico en tiempos prehistóricos.

Nos aporta una sobresaliente ilustración de la evolución de la construcción de monumentos y del uso y modelación continua del paisaje por más de 2000 años, desde el temprano neolítico hasta la edad de bronce.

Los complejos de monumentos en Stonehenge y Avebury nos proveen de un excepcional vistazo dentro de las prácticas funerarias y ceremoniales en Bretaña en el Neolítico y la edad de bronce.

Junto con sus sitios asociados forman un paisaje incomparable.

TA.12		STONEHENGE, AVEBURY AND ASSOCIATED SITES/ 10.700 RESULTADOS / 08.02.09
Preguntas		Respuestas
1.	¿Tiene página web oficial?	No.
2.	¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	La UNESCO no nos proporciona ninguna página web oficial.
3.	¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	La UNESCO nos ofrece enlaces a English Heritage y National Trust además de enlace al distrito de Kennet. Existe una página sobre información al visitante de Stonehenge (www.stonehenge.co.uk)
4.	¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	No, debido a la inexistencia de página oficial no se muestra el sello.
5.	¿Quién ha encargado la página?	No existe página que se encargue de la comunicación de este Sitio Patrimonio de la Humanidad.
6.	¿Quién es el autor de la página?	
7.	¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	El Único teléfono y correo de contacto está disponible en la página de información sobre Stonehenge (www.stonehenge.co.uk) pero no se conoce la autoría de la página por lo que no es una página fiable.
8.	¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	No se encuentra ningún documento sobre este Sitio.
9.	¿Facilitan la donación de fondos?	No hay conocimiento sobre este medio de financiación.
10.	¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	No se sabe.
11.	¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	Se puede obtener esta información a través de las páginas que nos ofrece la UNESCO pero no existe una página oficial que nos proporcione esta información.
12.	¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13.	¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	La página (www.stonehenge.co.uk) proporciona una lista de compañías que hacen visitas guiadas y con autobús a Stonehenge, pero no se trata de una página oficial y solo se centra en Stonehenge y no en el resto de Lugares que forman el Sitio Patrimonio de la Humanidad.
14.	¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	No se sabe.
15.	¿Está traducida a varios idiomas?	No se sabe.

8.13 STUDLEY ROYAL PARK INCLUDING THE RUINS OF FOUNTAINS ABBEY

Sitio Patrimonio de la Humanidad: Studley Royal Park including the ruins of Fountains Abbey

Año de nombramiento: 1996

Localización: North Yorkshire, England.

(N54 6 58 W1 34 23)

Criterios de Nominación: (i) (iv)

Sitio web (http): www.fountainsabbey.org.uk



Imagen 17. Ruinas de la Abadía de las Fuentes

Breve descripción:

Un asombroso paisaje fue creado alrededor de las ruinas de la cisterciense Fountains Abbey y de Fountains Hall Castle, en Yorkshire. El paisaje del siglo XVIII, jardines, canal, plantaciones y vistas del castillo neogótico de Studley Royal Park, hace de este un sitio extraordinario.

Studley Royal Park incluyendo las ruinas de Fountains Abbey deben su originalidad y asombrosa belleza al hecho de que el paisaje humanizado fuera creado alrededor de las ruinas medievales más grandes de Reino Unido. El uso de estas características combinado con el diseño de un jardín acuático, es una verdadera obra maestra del genio creativo.

Combinando los recuerdos de la rica Abadía en Inglaterra, el Hall de las fuentes jacobeanas y la burguesa obra de arte en miniatura de san Martín, con los jardines de agua y el parque de los ciervos crean un armonioso todo.

Studley Royal Park incluyendo las ruinas de Fountains Abbey ilustra el poder monástico medieval, y el gusto y riqueza de la clase alta europea en el siglo XVIII.

TA.13 STUDLEY ROYAL PARK AND THE RUINS OF FOUNTAINS ABBEY / 3.770 RESULTADOS / 10.02.09	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Tiene página web oficial?	www.fountainsabbey.org.uk
2. ¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	Sí, coincide
3. ¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	No, es única.
4. ¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	Sí se muestra en la cabecera de la página por lo que está visible en todo momento.
5. ¿Quién ha encargado la página?	No informan sobre los derechos de la página, pero pertenece al National Trust y ha sido diseñada y creada por NetConstruct.Ltd
6. ¿Quién es el autor de la página?	
7. ¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	Dispone de un formulario de Contacto y de un teléfono de contacto con el National Trust
8. ¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	Sí se puede encontrar el Management Plan además de otros documentos.
9. ¿Facilitan la donación de fondos?	Sí, aceptan donaciones o legados (herencias).
10. ¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	Sí, bodas y eventos corporativos.
11. ¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	Ofrecen su propio alojamiento en caseríos reformados propiedad del National Trust, pero no mencionan la comida.
12. ¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13. ¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	No, mencionan las actividades que hay dentro del sitio, como las visitas guiadas gratuitas.
14. ¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	Sí, además de estar dirigido por el National trust tienen un programa de voluntariado y una bolsa de trabajo.
15. ¿Está traducida a varios idiomas?	Sí, además de inglés se puede encontrar en 10 idiomas más.

8.14 TOWER OF LONDON

Sitio Patrimonio de la Humanidad: Tower of London

Año de nombramiento: 1988

Localización: London Borough of Tower Hamlets

(N51 30 29 W0 4 34)

Criterios de Nominación: (ii) (iv)

Sitio web ([http](http://hrp.org.uk/toweroflondon/)): --- (hrp.org.uk/toweroflondon/)



Imagen 18. Tower of London

Breve descripción:

La sólida Tower of London es un típico ejemplo de arquitectura militar normanda, cuya influencia fue sentida a través de todo el reino. Fue construida en el Támesis por William el conquistador para proteger Londres se trata de una fortaleza imponente con mucha historia que ha llegado a ser símbolo de la realeza. Fue construida alrededor de la Torre Blanca.

Se trata de un monumento simbólico del poder real desde tiempos de William el conquistador, la Torre de Londres sirvió como extraordinario modelo extendido por el reino desde finales del siglo XI. Como ésta, muchos conservaron estos monumentos de piedra, como los de *Colchester*, *Rochester*, *Hedingham*, Norwich o el castillo de *Carisbrooke* en la isla de Wight.

La Torre Blanca es el ejemplo de excelencia del castillo real normando en el tardío del siglo XI. El ejemplo de la Torre de Londres es el mayor conjunto para la historia de la arquitectura militar medieval.

TA.14 TOWER OF LONDON / 14.900.000 DE RESULTADOS / 11.02.09	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Tiene página web oficial?	No tiene página web oficial pero esta englobado en una página sí oficial.
2. ¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	Sí, la página que nos muestra la UNESCO es la que nosotros utilizaremos en nuestro estudio.
3. ¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	Sí la página que vamos a tratar (www.hrp.org.uk/toweroflondon/) que por razones de Marketing y promoción engloba la Torre de Londres.
4. ¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	No muestran el sello.
5. ¿Quién ha encargado la página?	Los derechos son de Historic Royal Palaces.
6. ¿Quién es el autor de la página?	
7. ¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	Sí, se incluye teléfono y correo de contacto en cada uno de los Palacios y de cada departamento.
8. ¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	Se encuentran mapas y menús para descargar pero no documentación importante como el Management Plan.
9. ¿Facilitan la donación de fondos?	No.
10. ¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	No tienen este tipo de servicios.
11. ¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	Informan sobre los sitios donde comer dentro de la torre y no ofrecen información sobre dónde dormir.
12. ¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13. ¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	No, la información se centra única y exclusivamente en los servicios que ofrece el Sitio.
14. ¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	No trabajan con ningún tipo de voluntariado.
15. ¿Está traducida a varios idiomas?	Sí, se puede encontrar en francés y español.

8.15 WESTMINTER PALACE, WESTMINSTER ABBEY AND SAINT MARGARET'S CHURCH

Sitio Patrimonio de la Humanidad: Westminster Palace, Westminster Abbey and Saint Margaret's Church

Año de nombramiento: 1987

Localización: City of Westminster, London

(N51 29 59 E0 7 43)

Criterios de Nominación: (i) (ii) (iv)

Sitio web (http): ---



Imagen 19. Vista aérea del barrio de Westminster

Breve descripción:

El palacio de Westminster, reconstruido en 1840 en el sitio de unos importantes restos medievales, es un ejemplo de fina arquitectura neogótica. El Sitio también comprende la pequeña iglesia medieval de Saint Margaret, construida con el estilo gótico perpendicular y Westminster Abbey.

Westminster Abbey es una construcción artística única que representa unas llamativas secuencias de las sucesivas fases del arte gótico inglés. La abadía ha jugado otro destacado rol por la influencia del trabajo de Charles Barry y Augustus Welby Pugin en Westminster Palace, en el “*Gothic Revival*” del siglo XIX.

La Abadía, el Palacio y la Iglesia ilustran en una manera concreta las especificaciones de la monarquía parlamentaria bajo un periodo de nueve siglos. Cuando uno mira a las tumbas reales de *Chapterhouse*, la enorme extensión del *Hall* de Westminster, de la Casa de los Lores o de la Casa de los Comunes, el arte está presente en todos los lugares de manera armoniosa, haciendo un verdadero museo de historia del Reino Unido.

TA.15 WESTMINSTER PALACE, WESTMINSTER ABBEY AND SAINT MARGARET'S CHURCH / 17.800 RESULTADOS / 12.02.09	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Tiene página web oficial?	No existe página web oficial
2. ¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	No, la Unesco sólo nos da la página oficial de Westminster Abbey.
3. ¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	Si, (www.westminster-abbey.org) pero sólo da información de la Abadía y se encuentra bajo jurisdicción religiosa.
4. ¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	No muestran el sello.
5. ¿Quién ha encargado la página?	No hay página para este sitio
6. ¿Quién es el autor de la página?	
7. ¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	No existe ningún teléfono de contacto general para el sitio, únicamente teléfono y correo de contacto para Westminster Abbey.
8. ¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	No existen estos documentos.
9. ¿Facilitan la donación de fondos?	La Abadía acepta donativos.
10. ¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	No se sabe.
11. ¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	No se informa de estos aspectos.
12. ¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13. ¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	Las únicas actividades de las que se informa son de las liturgias y de las visitas guiadas a Westminster Abbey y St. Margaret's Church.
14. ¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	No se menciona.
15. ¿Está traducida a varios idiomas?	No existe página web Oficial y la página de Westminster Abbey se encuentra sólo en inglés.

8.16 DORSET AND EAST DEVON COAST

Sitio Patrimonio de la Humanidad: Dorset and East Devon Coast

Año de nombramiento: 2001

Localización: Dorset and East Devon Coast, England

(N50, 42, 20, W2, 59, 23.6)

Criterios de Nominación: (viii)

Sitio web (http): www.jurassiccoast.com



Imagen 20. Acantilados de la costa jurásica

Breve descripción:

Los acantilados expuestos a lo largo de la costa de Dorset y East Devon son casi una secuencia continua de formaciones rocosas de la Era Mesozoica o algunos de los últimos 185 millones de años de historia de la tierra.

El área tiene importantes sitios fósiles y características clásicas de la geomorfología de costa que han contribuido al estudio de las ciencias de la tierra por más de 300 años.

Las exposiciones costeras del Sitio proveen casi una secuencia continua de formaciones rocosas del Triásico, Jurásico y Cretácico abarcando la Era Mesozoica y documenta aproximadamente 185 millones de años de la historia de la tierra.

El Sitio incluye una amplia variedad de localizaciones fósiles internacionalmente importantes – ambos, vertebrados e invertebrados, marinos y terrestres, los cuales han producido una evidencia bien conservada de la diversidad de la vida durante la época Mesozoica.

TA.16 DORSET AND EAST DEVON COAST/ 164.000 RESULTADOS / 16.02.09	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Tiene página web oficial?	www.jurassiccoast.com
2. ¿Coincide la página web con la que nos da la UNESCO?	Sí, coincide.
3. ¿Tiene otras páginas web, no oficiales pero que se ofrecen como referente?	No, es la única.
4. ¿Muestran el sello de Patrimonio Mundial?	Sí, lo muestran a pie de página junto al sello de la UNESCO.
5. ¿Quién ha encargado la página?	Los derechos son de Jurassic Coast (del Sitio Patrimonio de la Humanidad)
6. ¿Quién es el autor de la página?	
7. ¿Se dispone de teléfono o correo de contacto?	Sí, se puede encontrar un correo de contacto para cada miembro del equipo.
8. ¿Se pueden encontrar documentos como el Management Plan?	Sí, se puede encontrar una amplia lista de documentación relativa a la dirección y organización del Sitio, incluido el management Plan.
9. ¿Facilitan la donación de fondos?	No.
10. ¿Utilizan los banquetes, fiestas y bodas como medio para obtener ingresos directos?	No ofrecen estos servicios.
11. ¿Ofrecen información sobre dónde dormir?	No nos informan sobre esto.
12. ¿Ofrecen información sobre dónde comer?	
13. ¿Ofrecen información adicional sobre actividades fuera del Sitio?	Nos informa sobre los eventos relacionados con el Sitio en los pueblos cercanos.
14. ¿Trabajan con algún programa de voluntariado?	No trabajan con ningún programa de voluntariado.
15. ¿Está traducida a varios idiomas?	Sí, la página está traducida a 4 idiomas además del inglés.

9. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS SPH

En este apartado, una vez obtenidos los resultados de la investigación anterior se procederá al análisis de la comunicación y comercialización de los patrimonios de la humanidad Ingleses como reclamos turísticos.

Este estudio se ha obtenido mediante un análisis de las páginas web de los 16 SPH, La información extraída se recoge en estos 7 apartados:

- A. Pagina Web
- B. Idiomas
- C. Publico objetivo
- D. Precios y horarios
- E. Paquetes y promociones
- F. Marca y calidad
- G. Relación con otros patrimonios

La metodología utilizada se resume a continuación:

- Las preguntas se realizarán en cada punto a tratar y se identificarán con una letra.
- Los SPH se identifican con su número correspondiente de 1 al 16.
- Se confeccionará un cuadro comparativo a modo de resumen con la información obtenida

9.1 PÁGINA WEB

En relación con la página web publicada nos hemos centrado en el conocimiento de las cuestiones siguientes:

- A. ¿Tiene página web propia?
- B. ¿Se puede encontrar la página web en el portal de la UNESCO?
- C. ¿Se puede encontrar la página web en el portal del DCMS, UK *World Heritage Sites*?
- D. ¿Forman Parte de un grupo?
- E. ¿Existe página web que las englobe?
- F. ¿Quiénes han encargado la construcción de la página web?
- G. ¿Son las direcciones públicas o privadas (particulares)?

Tc.1	A	B	C	D	E	F	G
1.Blenheim	SI	SI	SI	NO	-	Blenheim Palace State	Privado del Sitio
2.Canterbury	SI	NO	NO	SI	NO	Canterbury City Council	Público
3.City of Bath	SI	NO	NO	NO	-	Bath Tourism Plus	Privado
4.Mining Landscape	SI	SI	SI	NO	-	WHS y el Ayto. Cornwall	Público
5.Derwent Valley	SI	SI	SI	NO	-	Derwent Valley Mills partnership	Privado
6.Durham	NO	SI	NO	SI	NO	----	----
7. Ironbridge	SI	NO	NO	NO	-	Telford & Shropshire Marketing Partnership	Privado
8.Liverpool	SI	NO	SI	NO	-	Liverpool World Heritage Site	Público
9.Greenwich	SI	SI	SI	NO	-	Maritime Greenwich World Heritage Site Steering Group	Privado
10.Botanic Garden	SI	SI	SI	NO	-	Board of Trustees of the Royal Botanic Gardens, Kew	Privado
11.Saltaire	SI	SI	-	NO	-	Pamela Reynolds	Particular
12.Stonehenge	NO	NO	NO	SI	NO	----	----
13.Studley	SI	SI	SI	SI	SI	National Trust	Público
14.Tower of London	NO	SI	SI	NO	-	----	----
15.Westminster	NO	SI	SI	SI	NO	----	----
16.Jurassic coast	SI	SI	SI	SI	SI	Dorset and Devon Counties Council	Público

De los resultados obtenidos se desprende que el 43% de las páginas web de los SPH son páginas oficiales y correctamente identificadas. El 32% son páginas no oficiales del SPH pero que son fiables y están identificadas. Sin embargo nos encontramos en que el 25% no tienen página propia del SPH, en este grupo se concentran aquellos SPH formados por varios monumentos.

En estos grupos arquitectónicos se tiende a destacar cada edificio de forma individual y se ignora el conjunto. Por tanto, son existentes páginas web de cada monumento pero no existe una página web oficial para el conjunto de monumentos que forman el SPH.

En el caso del Sitio Patrimonio de la Humanidad de Canterbury, formado por tres monumentos, únicamente es posible encontrar información del grupo de monumentos en la *City Council Web* (la página web del ayuntamiento de la ciudad).

Continuando con el caso de Canterbury en el que destaca una característica común de los SPH que albergan una Catedral, es que entre el conjunto de sus monumentos, el monumento de la Catedral concentra toda la información, ignorando el resto de edificios que forman el conjunto, en cuanto a la información que se ofrece de la Catedral, es en la mayoría de los casos religiosa y no de aspecto patrimonial.

Un caso distinto al de las Catedrales es el SPH de Stonehenge, formado por el sitio de Stonehenge y otros sitios asociados a lo largo de la comarca de Avebury. Su característica principal es la falta de información absoluta tanto del monumento principal (el sitio de Stonehenge) como el de sus sitios Asociados (que no son identificados). Existe una página no oficial que destaca por su poca fiabilidad.

Si se busca información sobre éste tipo de SPH en la página Web www.english-heritage.org.uk (Web oficial sobre el patrimonio Inglés) o en la página www.ukworldheritage.org.uk tampoco se encuentra información como conjunto de los SPH mencionados.

9.2 IDIOMAS

En este punto se identifican los idiomas a los que están traducidas las páginas web de los SPH para determinar si priorizan la comunicación hacia el mercado turístico internacional o el nacional, así mismo se intenta averiguar que nacionalidades son las que más visitan estos SPH estudiando los idiomas más utilizados para la traducción.

- A. ¿Tiene la página web selección de lenguas?
- B. ¿De cuantas lenguas diferentes se dispone?
- C. ¿Cuáles son?

Tc.2	A	B	C
1.Blenheim	NO	1	Inglés
2.Canterbury	NO	1	Inglés
3.City of Bath	SI	5	Inglés, Francés, Alemán, Español, Coreano
4.Mining Landscape	NO	1	Inglés
5.Derwent Valley	NO	1	Inglés
6.Durham	NO	1	Inglés
7.Ironbridge	NO	1	Inglés
8.Liverpool	NO	1	Inglés
9. Greenwich	NO	1	Inglés
10. Botanic Gardens	NO	1	Inglés
11.Saltaire	SI	9	Inglés, Chino, Alemán, japonés, Coreano, Francés, Italiano, Portugués y Español
12.Stonenhenge	---	---	---
13.Studley	SI	11	Inglés, Neerlandés, Alemán, Francés, Español, Polaco, Japonés, Chino, Checo, Italiano e Indio
14. Tower of London	SI	3	Inglés, Español y Francés
15.Westminster	---	---	---
16.Jurassic Coast	SI	5	Inglés, Neerlandés, Alemán, Francés y Español

El 31.2% de las páginas está traducida a más de un idioma, con un mínimo de 3 lenguas distintas y un máximo de 11, mientras que el 56,25% de las web se puede encontrar únicamente en Inglés.

El hecho de que la mayoría de las web no se encuentran traducidas nos indica dos posibilidades:

La primera, El turismo Inglés sigue siendo mayoritariamente doméstico, como ya se mencionaba en el punto 5 de este trabajo, y por tanto no se requiere traducir las páginas web.

La segunda, aprovechan la condición del Inglés como lengua internacional para comunicarse con el turista, evitando así la traducción de las páginas a otros idiomas.

En caso que los SPH no traduzcan sus web por la segunda probabilidad es un gran error, ya que, con ésta acción evitan que la información se vea reducida por una incorrecta comunicación.

En cuanto al 31.2% de los SPH que tiene sus web traducidas, los idiomas más comunes son el francés, español y alemán. Lo que nos indica que los turistas franceses, españoles y alemanes son los que más visitan estos SPH y por ello se traducen las páginas a estos idiomas.

Con la traducción a el idioma oficial del país de donde provienen los turistas se consigue, por un lado, comunicarse con más gente por lo que la información puede llegar mucho más lejos y se pueden atraer muchos más turistas, y por otro lado, que el turista sea más receptivo hacia el SPH y todo lo que puede ofrecer ya que se ha eliminado la barrera lingüística.

Por tanto, todos los SPH, deben traducirse a los principales idiomas internacionales o a los idiomas de sus principales visitantes, realizando si se requiere, un estudio de mercado.

Independientemente se trate de traducciones literales del contenido o haciendo uso de programas de traducción externos, las mejores web en cuanto idiomas son las siguientes:

- Bath
- Saltaire
- Studley & Fountains Abbey
- Dorset and East Devon
- Tower of London

9.3 PUBLICO OBJETIVO

El público objetivo es el público al que los SPH dirigen la información, independientemente de la nacionalidad. La información ofrecida siempre parte de la información básica que es común a todo tipo de turistas, y puede ampliarse para dar información específica a las necesidades de un tipo de turista en concreto y predominante en las visitas al SPH.

- Tipos de texto:
 - A. INFORMATIVOS: Nos dan la información básica de los horarios de visitas, precios
 - B. PRÁCTICOS: Nos dan información fidedigna de lugares donde comer, dormir y realizar las compras.
 - C. HISTÓRICOS: Nos explican ampliamente la historia del SPH.
 - D. COMERCIALES: Nos explican todas las posibilidades y actividades que se pueden realizar en los alrededores de los Sitios o en el mismo Sitio, así como paquetes de vacaciones.

- Tipo de Turista:

Colegios, Familias, Parejas, Negocios y Especiales (aquellos con ciertas necesidades especiales)

Tc.3	A	B	C	D	Tipo de Turista
1.Blenheim	SI	SI	SI	SI	Familias , Colegios y Negocios
2.Canterbury	SI	SI	SI	SI	--
3.City of Bath	SI	SI	NO	SI	Parejas y Negocios
4.Mining Landscape	SI	NO	SI	NO	Parejas y Especiales
5.Derwent valley	NO	NO	SI	SI	Colegios y Familias
6.Durham	NO	SI	NO	SI	---
7.Ironbridge	SI	SI	NO	SI	TODOS
8.Liverpool	NO	NO	SI	NO	---
9.Greenwich	SI	SI	SI	SI	TODOS
10.Botanic Gardens	SI	NO	NO	SI	Colegios y Familias
11.Saltaire	NO	SI	SI	SI	---
12..Stonehenge	--	--	--	--	--
13.Studley	SI	NO	SI	SI	Colegios, Familias, Negocios y Especiales.
14.Tower of London	SI	NO	SI	NO	Colegios, Familias y Parejas
15.Westminster	---	---	---	---	---
16.Jurassic Coast	NO	SI	SI	SI	Familias, Colegios y Parejas

Los textos que tratamos en este punto forman una información básica y común a todos los turistas, empezando por los textos informativos (horarios y precios) sólo lo cumple un 43%, prácticos (dónde comer y/o dormir), históricos (historia del lugar y su condición de SPH) sólo lo cumplen el 37% y comerciales (qué hacer).

Los textos prácticos ponen en relación al SPH con la comunidad local, pudiendo así impulsar la economía atrayendo turismo, pero el 50% de los sitios ignora este hecho y omiten la información de sus páginas.

Los textos comerciales implica tanto al SPH como a la comunidad local ya que debe mostrar todas las actividades de la zona, independientemente si las ofrece el SPH o la comunidad local por medio de empresas privadas u instituciones públicas, pero el 31% todavía no presenta al público sus actividades de ocio.

La mayoría de las Web carecen de uno o de varios de los textos descritos, por lo que, la información ofrecida de los SPH respecto a sí mismos como reclamo turístico y motor económico de la zona es escasa y poco útil a la economía local.

Únicamente tres de las páginas estudiadas cumple esta información básica.

En caso de que el SPH esté formado por una aldea o ciudad se debería destacar los textos comerciales y prácticos por que el turista se verá irremediablemente obligado a ver la mayor parte de la ciudad, aprendiendo a desenvolverse en ella.

En cuanto al tipo de turistas que tratamos, existe un 37.5% de los SPH que no define ningún tipo de turista concreto, por lo que debe ofrecer información básica para todos los públicos pero será difícil fidelizar un tipo de visitante en concreto.

Otros sin embargo optan por dirigirse principalmente a los niños, en concreto el 37.5% restante, ya sea desde su entorno familiar o el escolar, ofreciendo para este tipo de turista información detallada y específica y creando herramientas para suplir sus necesidades (como juegos o guías especiales para ellos).

El 25% de los SPH opta por centrarse en adultos y empresas, ya sean parejas o grupos de ejecutivos. Para este tipo de turista ofrecen tanto banquetes de boda, como cenas de gala y caterings. Normalmente los SPH no se dirigen únicamente a un tipo de turista de esta forma el SPH puede especializarse en ofrecer un producto u ofrecerse a sí mismo (sus instalaciones) como producto y de esta forma asegurarse visitas, clientes y liquidez.

9.4 PRECIOS Y HORARIOS

En este punto se estudia la información que nos ofrece la web en cuanto a precio de entrada, descuentos y gratuidades. Además averiguaremos los horarios y fechas de apertura al público para descubrir si los SPH sufren de estacionalidad.

A. Entradas

- ❖ Entrada Gratuita: F
- ❖ Entrada Pagando: P
- ❖ Concesiones: C
- ❖ Entrada Infantil: I
- ❖ Entrada para Grupos: G (Familiar)

❖ Puertas abiertas: P.A.

- B. Temporada alta
- C. Temporada de cierre
- D. Fines de semana
- E. Festividades

Tc.4	A	B	C	D	E
1.Blenheim	P, C, I, G	----	Día de Navidad	Abierto	Abierto
2.Canterbury	F, G	---	---	Abierto	Abierto
3.City of bath	---	---	---	---	---
4.Mining Landscape	---	---	---	---	---
5.Derwent Valley	---	---	---	---	---
6.Durham	---	---	---	---	---
7.Ironbridge	---	---	---	---	---
8.Liverpool	---	---	---	---	---
9.Greenwich	---	---	---	---	---
10. Botanic Gardens	F, P, C, P.A.	Verano	Noche Buena y Navidad	Abierto	Abierto
11.Saltaire	---	---	---	---	---
12.Stonhenge	P, C, I, F,G	---	Noche Buena y Navidad	Abierto	Abierto
13.Studley	P, I, G	---	Pequeñas temporadas sin determinar	Abierto	Abierto
14.Tower of London	P,C,I,G	---	---	---	---
15.Westminster	---	---	---	---	---
16.Jurassic Coast	---	---	---	---	---

El hecho de que el SPH sea un único monumento o varios es determinante para el pago de entradas.

En una ciudad como Bath o un complejo como Greenwich es prácticamente imposible cobrar entrada a todo el espacio, pero si se trata de monumentos únicos como Blenheim Palace, sí que es posible cobrar y controlar el acceso al edificio.

El 62.5% de los SPH no informan sobre los precios de entrada, todos ellos coinciden en ser SPH formados por varios edificios o por lugares abiertos, sin embargo estos sitios cobran entrada para la visita de cada monumento en particular aunque no la cobran para verlos desde el exterior.

En el caso del pago de las entradas, muchos de los SPH omiten la lista de precios, descuentos o gratuidades, otros sin embargo exponen información ambigua, causando con cualquiera de estos hechos el descontento del visitante al llegar al Sitio.

Por otro lado nos encontramos con las fechas de visitas, muchos de los lugares no nos proporciona ningún tipo de información, otros tantos se limitan a la siguiente frase “abierto todos los días del año excepto víspera de navidad y día de navidad”.

Son muy pocos los casos en los que se acompaña una verdadera lista con los días abiertos, los horarios y los días que se encuentran cerrados por alguna razón especial o si abren los fines de semana.

Tampoco se informa sobre las mejores épocas para las visitas, no explican si son fiestas en la localidad y por tanto durante ciertos días habrá muchas visitas o por si el contrario va a estar vacío. Esta información es útil para evitar aglomeraciones como el hecho de encontrarnos completamente solos.

Tampoco se informa en la mayoría de los SPH en algo tan importante como el horario de entrada y de cierre, que puede variar en invierno y verano o incluso ser diferente al horario habitual de atención al público del país de residencia del visitante.

Tan sólo el 25% de los SPH nos informa de los precios, horarios y días que se encuentran abiertos al público

9.5 PAQUETES Y PROMOCIONES

En este punto se va a investigar si los SPH ofertan en sus web paquetes turísticos, de ser así averiguaremos que tipo de paquetes son. Esto nos ayuda a entender la duración de las estancias del turista en Inglaterra. Además buscaremos que tipo de promociones se ofrecen para atraer visitas y fidelizar posibles clientes, ya que algunos de los SPH se explotan en parte como empresa privada.

- | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>A. ¿OFRECEN PAQUETES?</p> <p>B. ¿DE QUE TIPO?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paquetes de Fin de semana • Paquetes de una semana • Paquetes de 15 días • Paquetes de un Mes | <p>C. ¿OFRECEN PROMOCIONES?</p> <p>D. ¿DE QUE TIPO?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descuentos • Regalos • Premios Fidelidad • Merchandising |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Tc.5	A	B	C	D
1.Blenheim	NO	---	SI	Descuentos, Merchandising, Regalos para Bodas
2.canterbury	NO	---	NO	---
3.City of Bath	SI	Fin de semana y una semana	SI	Tienda online, Merchandising, Tarjeta de visitante, spa.
4.Mining Landscape	NO	---	NO	---
5.Derwent valley	NO	---	NO	---
6.Durham	NO	---	NO	---
7.Ironbridge	NO	---	NO	---
8.Liverpool	NO	---	NO	---
9.Greenwich	NO	---	NO	---
10.Botanic Gardens	NO	---	SI	Membership/Partnersip, Beneficios
11.Saltaire	NO	---	NO	---
12.Stonehenge	NO	---	NO	---
13.Studley	NO	---	NO	---
14.Tower of London	NO	---	NO	---
15.Westminster	----	----	----	----
16.Jurassic Coast	NO	---	NO	---

Este punto del trabajo que trata de los paquetes y promociones está relacionado con el punto 9.3 y los textos comerciales. Los paquetes turísticos ofrecen al visitante alojamiento, dietas y visitas, todos los servicios incluidos o la mayoría son ofrecidos por la comunidad local.

En este punto, únicamente la página de Bath ofrece paquetes turísticos, debido a que su principal reclamo turístico como son los baños termales, por tanto pueden ofrecer paquetes turísticos que pueden explotarse muy cómodamente. Además se acompañan acompañados al paquete existen promociones, como descuentos en el balneario y tarjetas de visitante.

Esta ciudad es muy comercial e intenta llegar al mayor rango de sectores comerciales de la ciudad en sus ofertas, de esta forma se explota su condición de SPH como un elemento más para apoyar la economía local.

Otros SPH como son Blenheim Palace y Kew Gardens tienen promociones que benefician a los visitantes (*merchandising*) o beneficios para clientes preferentes, como descuentos, parking gratuito, descuentos en bodas, etc.

De los 16 SPH únicamente uno ofrece paquetes turísticos y sólo tres ofrecen promociones, esto indica que el 81.25% no ofrece nada, ni en beneficio del cliente ni en beneficio de la comunidad local.

También se observa que no se explotan a ellos mismos como reclamo turístico. Este concepto debería ser más difundido y más aceptado entre los SPH.

9.6 MARCA Y CALIDAD

En este punto se estudiará si los SPH tienen algún sello de calidad y si lo muestran en sus páginas. También se analizará la utilización de su nombre como marca, de esta forma se comprobará si existe relación entre utilizar los sellos de calidad para crearse a sí mismos una marca.

- A. ¿Tiene Marca de Calidad?
- B. ¿Utiliza su nombre como Marca?
- C. ¿Está dentro de una marca conjunta?
- D. ¿Cuál?
- E. ¿Qué sellos tiene?

Tc.6	A	B	C	D	E
1.Blenheim	SI	SI	NO	---	EnjoyEngland visitor attraction. Patrimonio Mundial Unesco Tourism Excellence 2008 Treasures houses of England QHotels
2.Canterbury	SI	NO	SI	Canterbury	VAQAS EnjoyEngland visitor attraction
3.City of Bath	NO	SI	SI	Bath	NO
4. Mining Landscape	NO	NO	NO	---	NO
5. Derwent Valley	NO	NO	NO	---	NO
6.Durham	NO	NO	NO	---	NO
7.Ironbridge	NO	NO	NO	---	NO
8.Liverpool	NO	NO	NO	---	Patrimonio Mundial
9.Greenwich	NO	NO	NO	---	Patrimonio Mundial
10.Botanic Gardens	NO	NO	NO	---	NO
11.Saltaire	NO	NO	NO	---	NO
12.Stonehenge	NO	NO	NO	---	NO
13.Studley	NO	NO	NO	---	Patrimonio Mundial
14.Tower of London	NO	NO	SI	Historic Royal Palaces	NO
15.Westminster	---	---	---	---	---
16.Jurassic Coast	NO	SI	SI	Jurassiccoast	Unesco Patrimonio Mundial

Las marcas son una potente estrategia de marketing y de publicidad, algunas de ellas inspiran confianza en la calidad y en el trato que se va a ofrecer en las instalaciones. Ser poseedor de una marca y de un sello de calidad puede ser la diferencia clave entre un Sitio Patrimonio de la Humanidad bien gestionado y uno cualquiera.

El 31% de los Sitios estudiados tienen claro este concepto pero el 68% no utiliza ni los sellos ni las marcas para diferenciarse de los demás.

El SPH Blenheim Palace ha conseguido convertir su nombre en una marca que inspira calidad y exquisitez, lo enfatizan en la calidad de su *merchandising* en los que se pueden encontrar desde vinos de alta calidad hasta vajillas rematadas en oro y cristalerías labradas.

Otros ejemplos son los SPH de Canterbury y Bath que optan por una marca paraguas, de esta forma se refugia el SPH en sí mismo dentro de la ciudad del mismo nombre, en esta estrategia se beneficia de la facilidad que tiene el turista para reconocer el nombre de la ciudad y la ciudad se beneficia de la promoción que realice el SPH.

Existen otros casos como el Tower of London que se incluye en el cuarteto *Historic Royal Palaces* que es su marca pero sin embargo excluyen por completo que este Palacio además de su importancia en la historia Inglesa se trata de un Patrimonio de la Humanidad. En este caso sería más eficiente si incluyeran el sello de Patrimonio Mundial y lo explotaran como tal.

El mejor caso de marketing y creación del SPH en marca turística es el de Dorset and East Devon Coast que han cambiado este nombre por *Jurassiccoast* describiendo con este nombre lo especial de su costa, en sí mismo es su marca de diferenciación.

Por otra parte, ya que todos los lugares estudiados son SPH deberían mostrar sin excepción el sello de Patrimonio Mundial que los proclama como únicos en el mundo y los diferencian de otros, pero sin embargo, tan solo 4, un 25%, muestran este sello y algunos no lo hacen en la página de inicio y presentación, si no que lo esconden entre las páginas de historia. Hay que destacar que dos de los Sitios tienen la Marca de calidad reconocida, se trata de la marca *EnjoyEngland Visitor Attraction*, pero que en el caso de Canterbury solo la recibía una de sus atracciones de las tres por las que está compuesta.

9.7 RELACIÓN CON OTROS PATRIMONIOS

En este punto se pretende ahondar en la información específica de cada SPH en relación a:

- A. ¿Tiene enlaces a otros patrimonios de la humanidad?
- B. ¿Es una lista constituida individualmente?
- C. ¿Utiliza alguna página independiente para dar acceso a ésta información?
- D. ¿Cuál?
- E. ¿Ofrece además, enlaces a otros sitios del patrimonio británico?
- F. ¿Cuáles?

Tc.7	A	B	C	D	E	F
1.Blenheim	NO	---	---	---	NO	---
2.Canterbury	NO	---	---	---	SI	Canterbury
3.City of Bath	NO	---	---	---	NO	---
4.Mining Landscape	SI	NO	SI	World Heritage List	NO	---
5.Derwent Valley	SI	SI	NO	---	SI	Sitios Patrimonio de la Humanidad Británicos
6.Durham	NO	---	---	---	SI	Atracciones regionales.
7.Ironbridge	NO	---	---	---	NO	---
8.Liverpool	NO	---	---	---	SI	Enlaces de Liverpool
9.Greenwich	NO	---	---	---	NO	---
10.Botanic Gardens	NO	---	---	---	NO	---
11.Saltaire	SI	SI	SI	UNESCO	NO	---
12.Stonehenge	NO	---	---	---	NO	---
13.Studley	NO	---	---	---	NO	---
14.Tower of London	NO	---	---	---	NO	---
15.Westminster	---	---	---	---	---	---
16.Jurassic Coast	SI	NO	SI	World Heritage Centre Unesco	NO	---

Los SPH son especiales y diferentes por su condición de Patrimonios Mundiales, y esta elección debería comprometerlos a cumplir unas normas de cordialidad entre los diferentes países y los diferentes patrimonios mundiales, por encima de guerras, gobiernos, costumbres o creencias como bien se explica en los diferentes acuerdos internacionales tratados.

Se podría pensar que al visitar las web de los SPH se nos ofrece un listado con los diferentes SPH de Inglaterra o incluso de todo el mundo, o al menos un link hacia las instituciones nacionales o internacionales que pueden ofrecernos esta información

Sin embargo, no encontramos esto tras el análisis realizado, la mayoría de las páginas no tienen ninguna lista de los SPH Ingleses, ni de los británicos, ni mencionan los SPH más cercanos, por tanto, no sirven como ejes focalizadores del turismo ni como un reclamo turístico.

Cuando se hace referencia a los otros Sitios Patrimonios de la Humanidad Británicos se hace a través de enlaces a la UNESCO, y desde allí se puede realizar la búsqueda. Esta forma de mostrar la información no es la apropiada, ya que se debería crear un link a cada SPH y además se podría crear un link a las instituciones internacionales si así se desea para que el visitante pueda encontrar más información.

Sólo el 25% de las páginas tratadas han mostrado otros SPH en sus web mostrándose así cordiales y no tratándolos como competencia.

10. RELACIÓN CON LA COMUNIDAD LOCAL

Las instituciones Internacionales declaran que el Patrimonio debe usarse en su cierta medida como dinamizador, revitalizador y motor de las pequeñas y débiles economías locales. En este punto se averigua como los SPH se adaptan a ésta petición usando su influencia para promocionar los negocios locales a través de sus web.

10.1 ORGANIZACIONES LOCALES

En este punto se comprueba los enlaces existentes en la web del SPH hacia las administraciones locales, asociaciones y organizaciones turísticas que pudieran encontrarse en los municipios, la razón de esta búsqueda es comprobar la relación entre el SPH y la comunidad local por medio de las organizaciones locales.

- A. ¿Existen enlaces a el / los Ayuntamientos cercanos?
- B. ¿Existe algún link a Asociaciones Locales?
- C. ¿Existe algún enlace a Organizaciones Turísticas?

Tc.8	A	B	C
1.Blenheim	NO	NO	NO
2.Canterbury	NO	NO	SI
3. City of Bath	NO	NO	SI
4.Mining Landcape	SI	SI	SI
5.Derwent Valley	SI	SI	NO
6.Durham	NO	NO	NO
7.Ironbridge	NO	NO	NO
8. Liverpool	NO	NO	NO
9.Greenwich	NO	NO	SI
10.Botanic Gardens	NO	NO	SI
11.Saltaire	SI	SI	SI
12.Stonehenge	---	---	---
13.Studley	NO	NO	NO
14.Tower of London	NO	NO	NO
15.Westminster	---	---	---
16.Jurassic coast	SI	SI	SI

El 25% presentan en sus páginas enlaces hacia organizaciones locales, todas estas páginas ofrecen tanto información de los ayuntamientos como de otras organizaciones locales.

Este hecho beneficia a los turistas en cuanto se les ofrece gran cantidad de información, no tan solo al turista de corta estancia, sino también al turista de larga estancia. Por lo que el público objetivo de estos SPH es mucho más amplio que en los SPH que omiten esta información.

Se observa que éstos SPH están compuestos por varios monumentos, incluso por varias aldeas (Cornwell) o son una ciudad (Saltaire), esta puede ser la mayor razón por la que muestren la mayor cantidad de instituciones públicas y organizaciones locales, como muestra de cordialidad y entendimiento de todos los que forman el SPH.

Ofreciendo toda la información posible, el turista puede elegir la información más útil con respecto a sus necesidades

Este método, como se puede ver en el análisis, ha sido empleado por los Sitios Patrimonio de la Humanidad de Cornwall and West Devon Mining Landscape, Derwent Valley Mills, Saltaire y Dorset and East Devon Coast.

El caso de Saltaire, que es sólo una ciudad y no un conjunto de municipios, es diferente pero parte de una misma idea, ésta página es la oficial de la ciudad ya que el SPH es la ciudad en sí misma, por tanto se utiliza la web tanto para el turista como para el residente, de esta manera, se ofrece toda la información para que cada uno la utilice conforme sus intereses.

Por otro lado tenemos webs que sin identificar organizaciones o asociaciones locales nos muestran información de asociaciones de guías y los centros de *infotourist*, con especial énfasis en las asociaciones de guías, que ofrecen de forma habitual visitas guiadas a pie por las ciudades. Esta información está claramente dirigida al turista y no a los residentes de la zona.

Si bien cabe destacar que la relación con las comunidades locales a través de sus organizaciones es muy débil.

10.2 ALOJAMIENTO

El alojamiento es la principal necesidad del turista por tanto los SPH deben proporcionar información de los lugares dónde alojarse. Las comunidades locales ofrecen éstos servicios a través de empresas privadas, ya sea hotelería, camping o las comunes *Guest Houses* inglesas.

- A. ¿Ofrecen información organizada en un apartado que se llame “Alojamiento” o “Donde Dormir”?
- B. ¿Qué tipo de alojamiento muestra?
- C. ¿Muestran los links directamente a los hoteles / *guest house*?
- D. ¿Existe *book on-line*?
- E. ¿Existe algún otro método de contacto que no sea *Book on-line*?

Tc.9	A	B	C	D	E
1.Blenheim	NO	/	/	NO	NO
2.Canterbury	SI	H/B&B/CATER./ CAMP/ ALTER.	NO (Organizado desde la web)	SI	TLF
3.City of Bath	SI	H/B&B/CATER./ HOST./GR/CAMP	NO (Organizado desde la web)	SI	TLF
4.Mining Landscape	NO	/	NO	NO	NO
5.Derwent Valley	SI	H/B&B/CATER./ CAMP./ALTER	SI	NO	City Council link
6.Durham	SI	TODO	SI	NO	VisitBritain link
7.Ironbridge	SI	H /B&B/CATER./ GUEST/CAMP.	NO (Organizado desde la web)	NO	TLF
8.Liverpool	SI	TODO	NO	NO	VisitLiverpool Book on-line
9.Greenwich	SI	TODO	NO (Organizado desde la web)	NO	TLF/E-MAIL
10.Botanic Gardens	NO	/	NO	NO	NO
11.Saltaire	SI	2 ALOJAMIENTOS (no se conoce propietario)	NO (Organizado desde la web)	NO	TLF/E-MAIL
12.Stonehenge	---	---	---	---	---
13.Studley	SI	PROPIO	NO	NO	FORMULARIO
14.Tower of London	NO	/	NO	NO	NO
15.Westminster	---	---	---	---	---
16. Jurassic Coast	SI	TODO	SI	NO	NO

Tratando el tema del alojamiento el 62.5% de los SPH muestran esta información, por lo que se entiende que en este servicio los SPH se apoya en la mayoría de los casos en la comunidad local.

Existen 4 de los SPH que no muestran esta información: Blenheim Palace, Cornwall and West Devon Mining Landscape, Botanic Gardens y Tower of London. Estos SPH no mencionan ningún tipo de alojamiento, dos de ellos se encuentran en la ciudad de Londres, por tanto, es posible encontrar alojamiento a través de otras páginas web, pero deberían incluir un link una página oficial de Londres donde puedan encontrar información de la Hostelería y explicar cuáles son las zonas más cercanas al SPH.

Por otro lado está el caso de Blenheim Palace que tiene en propiedad una flota de casas de labranza que alquila, pero existe poca información al respecto, debería incluir un correo electrónico o un número de contacto para adquirir más información al respecto. Pero el hecho de utilizar su propia red de alojamiento no implica que pueda poner en contacto al turista con la hostelería de la zona. En éste caso el mismo SPH está convirtiéndose en competencia y no en motor de la economía local.

En el caso de Cornwall and East Devon Mining Landscape, ha omitido el alojamiento de su web pero incluye links a las organizaciones locales de los diferentes municipios que forman el SPH desde las cuales se puede obtener información del alojamiento.

El caso de Saltaire en el que la página oficial del SPH es también la página oficial de la ciudad nos ofrece únicamente dos alojamientos en los que no se indica ni localización ni el propietario, lo cual no inspira confianza.

Por último, en el SPH Studley Royal Park se ofrece su propio alojamiento para los visitantes de forma elegante y con todo detalle, por tanto, no muestra al alojamiento en las ciudades ya que se trata de su competencia directa.

El resto de los SPH ofrecen la información en relación con la comunidad local, ya sea por organización directa desde la página web de todo el alojamiento disponible o a través de links a páginas especializadas en la oferta de alojamiento.

Para hacer las reservas se ofrecen teléfonos de contacto o correos electrónicos, el *booking on-line* está poco difundido.

10.3 RESTAURACIÓN

La restauración es otra de las necesidades básicas de turista y por tanto tienen mucho en común con la hostelería. En este punto muchos SPH ofrecen a los visitantes el servicio de restauración por medio de pequeñas cafeterías, que ofrecen un servicio limitado a las necesidades del turista, y éstos deben acudir a las poblaciones cercanas a cubrir sus necesidades.

En este caso es fundamental tener conocimiento de los lugares donde se puede acudir.

- A. ¿Ofrecen información organizada en un apartado que se llame “Restauración” o “Donde Comer”?
- B. ¿Qué tipo de restaurantes muestra?
- C. ¿Muestran los links directamente a los restaurantes?
- D. ¿Existe *book on-line*/ teléfono de reservas?

Tc.10	A	B	C	D
1.Blenheim	NO	/	/	NO
2.Canterbury	SI	TODOS	NO (Org.directa)	SI
3.City of Bath	SI	POR TIPOLOGÍA Y NACIONALIDAD	NO (Org.directa)	NO
4.Mining Landscape	NO	/	/	NO
5.Derwent Valley	NO	/	/	NO
6. Durham	SI	TIPOLOGÍA	NO (Org.directa)	SI
7. Ironbridge	SI	TIPOLOGÍA	NO (Org.directa)	SI
8.Liverpool	NO	/	/	NO
9.Greenwich	SI	TODOS	NO (Org.directa)	SI
10.Botanic Gardens	NO	/	/	NO
11.Saltaire	NO	TODOS	SI	SI
12.Stonehenge	---	---	---	---
13.Studley	NO	/	/	NO
14.Tower of London	SI	SUYO PROPIO	/	NO
15.Westminster	---	---	---	---
16.Jurassic Coast	NO	NO	NO	NO

En el caso de la restauración podemos observar que la información es menor que en el alojamiento, siendo tan importante como el primero. Puede que se deba a que casi todos los SPH disponen de pequeñas cafeterías que ofrecen: pasta, té con galletas o sándwich.

Pero muchos de los SPH no informan de los servicios culinarios que ofrecen sus cafeterías y en algunas páginas tampoco mencionan sus cafeterías aunque se sepa que existen.

Tampoco se comenta los lugares más cercanos donde se puede comer. Esta omisión de la información crea inseguridad en el turista.

Un caso destacable es el de la Torre de Londres, únicamente da a conocer los restaurantes que hay en el interior de la torre incluyendo horarios y en algunas ocasiones mencionando el tipo de comida que se puede encontrar. Éste es un buen ejemplo a seguir en cuanto a información culinaria.

Cuando el SPH ofrece información sobre restauración en los alrededores, se suele ofrecer ordenada desde la propia página web por tipología (restaurantes, pubs, cafés, etc.) y por nacionalidad (comida italiana, mejicana, india, china, etc.).

La otra forma de ofrecer la información es con un listado de restaurantes sin agruparlos en ninguna tipología

En el caso de la restauración no existe *booking on-line* pero se ofrece normalmente un teléfono de contacto para poder hacer reservas.

10.4 COMPRAS

Las compras durante los viajes están incluidas en los presupuestos de las vacaciones de la mayoría de los turistas, desde el *merchandising* que se vende en los SPH hasta cualquier otro tipo de compra. El *Shopping* abarca una amplia gama de tiendas y es importante económicamente.

Se debe sacar partido de este hecho y vamos a comprobar cuántos de los Sitios nos informan sobre los mejores lugares de compra.

- A. ¿Nos muestra los grandes almacenes más cercanos?
- B. ¿Da información sobre el área de *shopping* más cercana?
- C. ¿Nos facilita algún tipo de información sobre los establecimientos que podemos visitar?
- D. ¿nos facilita información sobre mercados?

Tc.11	A	B	C	D
1.Blenheim	NO	NO	NO	NO
2.Canterbury	SI	SI	SI	SI
3.City of Bath	SI	SI	SI	SI
4.Mining Landscape	NO	NO	NO	NO
5.Derwent Valley	NO	NO	NO	NO
6.Durham	SI	SI	SI	SI
7.Ironbridge	SI	SI	SI	SI
8.Liverpool	NO	NO	NO	NO
9.Greenwich	NO	SI	SI	SI
10.Botanic Gardens	NO	NO	NO	NO
11.Saltaire	NO	NO	SI	NO
12.Stonehenge	---	---	---	---
13.Studley	NO	NO	NO	NO
14.Tower of London	NO	NO	NO	NO
15.Westminster	---	---	---	---
16.Jurassic Coast	NO	NO	NO	NO

Únicamente el 31.25% de los SPH aprovechan el turismo de compras , en sí mismo, o como acompañante al cultural para proporcionar a las comunidades locales de una fuente de ingresos directa.

Ir de compras durante las vacaciones es una práctica habitual entre los turistas, por lo cual, eludir esta información es un grave error, ya que este tipo de turismo tiene un gasto de miles de millones de euros a nivel mundial y que repercute directamente a las comunidades locales.

Estos 5 SPH que ofrecen la información en sus web son aquellos que agrupan varios monumentos o que son una ciudad, posiblemente este hecho común se deba a que los turistas deben desplazarse a lo largo de una zona o ciudad encontrándose tiendas a su paso.

En los últimos años en Inglaterra han tenido un auge los mercados y a través de las web se mezcla, placer, compras y cultura, exhibiendo los productos autóctonos y aumentando las compras lo cual aporta ingresos directos a las economías locales.

10.5 SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS

Este punto trata de averiguar qué tipo de servicios complementarios existen o se han creado en torno de los SPH , tales como empresas de guías, taxistas, servicios de excursiones, teatros, cines, alquiler de coches, trenes o autobuses turísticos, etc.

- A. ¿Existe algún enlace directo a empresas de guías?
- B. ¿Nos ofrecen algún link o número de contacto a compañías de Taxis?
- C. ¿Nos ofrecen información sobre teatros?
- D. ¿Nos ofrecen información sobre cines?
- E. ¿Existe algún link a compañías de alquiler de coches?
- F. ¿Existe información de enlaces con tren o autobús o un apartado de “cómo llegar”?
- G. ¿Ofrecen información sobre otros servicios turísticos?

Tc.12	A	B	C	D	E	F	G
1.Blenheim	NO						
2.Canterbury	SI	NO	NO	NO	NO	SI	HIPODROMO
3.City of Bath	SI	NO	SI	SI	NO	SI	CENTRO DE CARRERAS
4.Mining Landscape	NO						
5.Derwent valley	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO
6.Durham	NO	NO	SI	SI	NO	SI	NO
7.Ironbridge	NO	NO	NO	NO	NO	SI	GOLF Y CENTRO DE ESQUÍ
8.Liverpool	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO
9.Greenwich	SI	NO	SI	NO	NO	SI	CONCIERTOS
10.Botanic Gardens	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO
11.Saltaire	SI	NO	NO	NO	NO	SI	NO
12.Stonehenge	---	---	---	---	---	---	---
13.Studley	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO
14.Tower of London	NO						
15.Westminster	---	---	---	---	---	---	---
16.Jurassic Coast	SI	NO	NO	NO	NO	SI	SAFARI MARINO

La cantidad de empresas que puede abarcar este sector es amplia y variada. Las compañías más comunes son las de guías, independientemente de que estén organizadas o se trate de personas autónomas.

En relación al entretenimiento cultural en el que nos centramos en los más extendidos como los teatros y los cines, la información es muy escasa.

En cuanto a la industria del transporte que se podría desarrollar alrededor de los SPH por el continuo flujo de visitantes, es prácticamente inexistente. Las empresas de alquiler de coches no se mencionan, puede que esta industria no exista por el hecho de que al conductor europeo le resulte difícil conducir por la izquierda. Pero, por otro lado, tenemos a los taxis, es el sistema de transporte más cómodo para los turistas, sin embargo no existe información sobre estas compañías en las web, únicamente el SPH de Liverpool, proporciona a través de su página un número de teléfono de una compañía de taxis

Por último, se descubren empresas locales que ofrecen servicios adaptados al SPH que les corresponde como son las excursiones en barco o los Safaris marinos que se ofrecen en Dorset and East Devon Coast (*Jurassic Coast*).

11. CONCLUSIONES

Como conclusión general de este estudio se puede sugerir que todos los SPH tuvieran su propia página web oficial. Entre otras características básicas que debería reunir se destaca:

- Que recoja toda la información respectiva de los monumentos que forman el SPH, que muestren los sellos de calidad de forma clara.
- Que explique las razones de su elección como Patrimonio Mundial
- Que además se involucre como motor económico de las economías locales como lo piden las instituciones internacionales en sus declaraciones, para ello, debe dar información del propio monumento y de toda la industria turística que le rodea.
- Que sea bilingüe, los idiomas son una parte esencial de la comunicación con el turista, utilizando como idioma internacional el Inglés, las web deben estar, además, traducidas a otros idiomas para que la información llegue a la mayor cantidad de turistas posibles. Es muy importante identificar el público objetivo para saber a qué tipo de turistas se está dirigiendo los mensajes, cuanto más específico sea el público, mejor será la información que se le pueda ofrecer, de forma que se pueda suplir las necesidades de los turistas de una forma eficaz.
- La información básica, como la informativa, práctica, histórica y comercial debe ofrecerse en las web independientemente del público objetivo. La mayoría de los SPH no identifican el tipo de turista que les visita. Los paquetes y las promociones es una comunicación comercial que beneficia a la economía, para ello, hay que promover la comunicación entre el sector público y privado como ocurre en la Ciudad de Bath. La marca y la calidad son dos herramientas para que las promociones sean efectivas, establecer el nombre del Sitio como una marca que está apoyado por un sello de calidad es esencial para que el lugar sea un auténtico reclamo turístico. En cuanto a marca, el mejor es el SPH Blenheim Palace.

En cuanto a la relación entre los distintos SPH debe ser respetuosa, se debe mostrar los bienes patrimoniales e históricos que se encuentran cerca del SPH para fortalecer turísticamente la zona, a mayor variedad del producto presentado, mayor atractivo para el turista. Por tanto, mostrar la información de otros SPH en las web es más beneficioso que perjudicial, no deben tratarse como competencia como se han mostrado en la actualidad.

La relación de los SPH con la comunidad local es fundamental, ya que son éstas comunidades las que van a ofrecer la mayor parte de los servicios que requiere el turista cuando visite el SPH.

Tal como se recoge en los tratados internacionales, los SPH deben servir para conservar nuestro patrimonio pero además deben utilizarse para activar las economías locales. Por ello, para que el SPH sirva dinamizador, es fundamental tener un contacto directo con los empresarios locales, a través, por ejemplo, de organizaciones publico-privadas como la existente en la ciudad de Bath.

El alojamiento, debe mostrarse en todas las web de los SPH de forma clara y concisa. La restauración es otro servicio muy importante para el turista. En los sitios web de los SPH se muestra información al respecto pero no se comercializa como se hace con el alojamiento,

Las compras no son un servicio básico requerido por el turista, pero es un servicio muy atractivo, y el gasto de las compras durante las vacaciones entra en el presupuesto del turista, por tanto debe ofrecerse información sobre los lugares de compras cercanos a los SPH. Además el SPH debe ofrecer información de los mercados locales, que ponen en contacto al turista directamente con la comunidad local y los productos locales.

Las empresas de servicios complementarios, como el transporte, prácticamente no se mencionan en las web. Cuando el servicio que ofrecen es fundamental para el turista.

12. BIBLIOGRAFÍA

Comité del Patrimonio Mundial “Declaración de Budapest sobre el patrimonio mundial”, Budapest, Junio 2002.

Department for Culture, Media and Sport “Draft Heritage Protection Bill 2008”, English Heritage, London, April 2008.

Department for Culture, Media and Sport “Heritage Protection for the 21st Century Regulatory Impact Assessment”, London, March 2007.

Department for Culture, Media and Sport “World Heritage Sites: The Tentative List of the United Kingdom of Great Britain And Northern Ireland”, Buildings, Monuments and Sites division, June 1999.

English Heritage “Conservation principles: policies and guidance, for the sustainable management of the historic environment”, London, April 2008.

English Heritage “Heritage at Risk 2008”, London, July 2008.

Organización de las Naciones Unidas “Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural”, París, Noviembre 1972.

UNESCO “Actos que constituyen crímenes contra el patrimonio común de la humanidad” París, Septiembre 2001.

12.1 PAGINAS WEB

Blenheim Palace Estate & Jarrold Publishing. www.blenheimpalace.com
<<<http://www.blenheimpalace.com/>>> (26.01.2009)

Canterbury City Council. www.canterbury.gov.uk
<<<http://www.canterbury.gov.uk/>>> (27.01.09)

Bath Tourism Plus. www.visitbath.co.uk
<<<http://www.visitbath.co.uk/>>> (28.01.09)

Cornish Mining. www.cornish-mining.org.uk
<<<http://www.cornish-mining.org.uk/>>> (29.01.2009)

Derwent Valley Mills associated & Thrid parts. www.derwentvalleymills.org
<<<http://www.derwentvalleymills.org/>>> (30.01..2009)

Durham City Council. www.durhamtourism.co.uk
<<<http://www.durhamtourism.co.uk/>>> (01.02.2009)

Durham Cathedral. www.durhamcathedral.co.uk
<<<http://www.durhamcathedral.co.uk/>>> (01.02.2009)

Durham University. www.dur.ac.uk/university.college
<<<http://www.dur.ac.uk/university.college/>>> (01.02.2009)

Telford & Shropshire Marketing Partnership. www.visitironbridge.co.uk
<<<http://www.visitironbridge.co.uk/>>> (02.02.2009)

World Heritage Steering Group. www.liverpoolworldheritage.com
<<<http://www.liverpoolworldheritage.com/>>> (03.02.09)

Maritime Greenwich World Heritage Steering Group. www.greenwichwhs.org.uk
<<<http://www.greenwichwhs.org.uk/>>> (04.02.2009)

Trustees of the Royal Botanic Gardens, Kew. www.kew.org
<<<http://www.kew.org/>>>(05.02.2009)

Pamela Reynolds. www.saltairevillage.info
<<<http://www.saltairevillage.info/>>> (07.02.2009)

Alan Connet. www.stonehenge.co.uk
<<<http://www.stonehenge.co.uk/>>> (08.02.2009)

National Trust. www.fountainsabbey.org.uk
<<<http://www.fountainsabbey.org.uk/>>>(10.02.2009)

Historic Royal Palaces. www.hrp.org.uk/toweroflondon
<<<http://www.hrp.org.uk/toweroflondon/>>> (11.02.09)

Westminster Cathedral. Catedral de Westminster.
<<<http://www.westminstercathedral.org.uk/>>> (12.02.2009)

Jurassic Coast. www.jurassiccoast.com
<< <http://www.jurassiccoast.com/>>> (16.02.2009)

World Heritage. *Heritage World List*.
<<<http://whc.unesco.org/en/list/>>> (2010)

Jim Watson. *Patrimonio de la humanidad en Reino Unido*.
<<<http://www.ukworldheritage.org.uk/>>>(2010)

National Trust. *National Trust Organization*.
<<<http://www.nationaltrust.org.uk/main/>>>(2010)

Labour Party. *Partido Político Laborista*.
<< http://www.labour.org.uk/labour_policies/>>(2010)

ICOMOS-UK. *Comité internacional para los sitios y monumentos en UK*.
<<<http://blog.icomos-uk.org/>>>(2010)

Consejo Europeo. *Consejo europeo del Patrimonio Mundial*.
<<http://www.european-heritage.net/sdx/herein/national_heritage/voir.xsp?id=intro_UK_en
>> (2010)

HHA. *Historic Houses Assosiation, Asociación de casas historicas..*
<<<http://www.hha.org.uk/metadot/index.pl>>>(2010)

English Heritage. *English Heritage Website*.
<<<http://www.english-heritage.org.uk/server/show/ConWebDoc.13381>>>(2010)

DCMS. *Departamento de Cultura, Media y Deporte*.
<<<http://www.culture.gov.uk/>>>(2010)

Robert Gordon University. *Laboratorios de conservación*.
<<<http://www2.rgu.ac.uk/schools/mcrg/stlabs.htm>>>(2010)

Canterbury City Council. *Ayuntamiento de Canterbury*.
<< <http://www.canterbury.gov.uk/buildpage.php?id=1151> >>(2010)

Web Link UK. *Ciudad de Bath*. (1996)
<<<http://www.cityofbath.co.uk/>>> (2010)

History.UK.com. *Historia del turismo en Gran Bretaña*.
<<<http://www.history.uk.com/articles/index.php?archive=65>>>(2010)

Visit London. *Página oficial de turismo de la ciudad de Londres.*
<<<http://www.visitlondon.com>>>(2010)

VisitBritain. *Web oficial de turismo de Gran Bretaña.*
<<<http://www.visitbritain.com>>>(2010)

VisitBritain. *Web oficial de turismo internacional de Inglaterra.*
<<<http://www.visitengland.com>>>(2010)

Visit Britain. *Web oficial de turismo nacional de Inglaterra.*
<<<http://www.enjoyengland.com> >>(2010)

Flagler Museum. *Historia del Grand Tour.*
<<<http://www.grand-tour.org/history.htm>>>(2010)

Uk National Statistics. *Instituto Nacional de Estadística.*
<<www.statistics.gov.uk>>(2010)

WTO-UNWTO. *Organización Mundial del Turismo.*
<< www.unwto.org>>(2010)

WTO-UNWTO. *Organización Mundial del Turismo.*
<<www.world-tourism.org>>(2010)

Parliamentary. *Parlamento de Reino Unido, casa de los Lores.*
<<www.parliament.uk>>(2010)

Tourism Information UK. *Información turística de Reino Unido.*
<<www.tourist-information-uk.com>>(2010)

United Nations. *Organización de las naciones Unidas.*
<<www.un.org/es/>>(2010)

Heritage Lottery Found. *Fondo de la Lotería Nacional.*
<<www.hlf.org.uk >>(2010)

12.2 IMAGENES

- Imagen 1. Great British Heritage Pass: www.heritagebritain.com
- Imagen 2. The London Pass: www.mosaicodiffusion.com
- Imagen 3. English Heritage Member: www.english_heritage.org.uk
- Imagen 4. Sello de Calidad en turismo (Red Rose): www.warwickshire.gov.uk
- Imagen 5. Blenheim Palace: www.citychauffeurs.co.uk
- Imagen 6. Catedral de Canterbury: <http://pix.alaporte.net>
- Imagen 7. Ciudad de Bath: www.cityguides.com
- Imagen 8. Mina de Levante, Cornwall and West Devon Mining Landscape:
www.visitcornwall.com
- Imagen 9. Molino Cromford, Derwent Valley mills: <http://commomns.wikimedia.org>
- Imagen 10. Vista aérea del centro histórico de Durham: <http://molinosdeviento.blogspot.com>
- Imagen 11. Iron Bridge: www.skyscrapecity.com
- Imagen 12. Edificio del Puerto de Liverpool: www.epdlp.com
- Imagen 13. Greenwich: <http://commons.wikimedia.org>
- Imagen 14. The Palm Glass House, Jardines botánicos, Kew : www.planetware.com
- Imagen 15. Fabrica de Saltaire: <http://upload.wikimedia.org>
- Imagen 16. Stonehenge: www.sawse.com
- Imagen 17. Ruinas de la Abadía de las fuentes: <http://robertarood.files.wordpress.com>
- Imagen 18. Tower of London: www.visitbritain.es
- Imagen 19. Vista aérea del barrio de Wetsminster: www.tonorama.com
- Imagen 20. Acantilados de la costa jurásica: www.poolesailing.co.uk