

EL TURISMO EN LA SIERRA DE HUELVA: DIAGNÓSTICO, OPORTUNIDADES Y REFLEXIONES

Dr. José Manuel Jurado Almonte
Instituto de Desarrollo Local, www.uhu.es/idl/
Universidad de Huelva
jurado@uhu.es

1. ALGUNOS CONCEPTOS A CONSIDERAR SOBRE EL TURISMO

La actividad turística, allí donde se desarrolle, se convierte en un fenómeno con enorme trascendencia económica y territorial, íntimamente ligada a otras actividades humanas (economía, infraestructuras, patrimonio, etc.) y espaciales (nuevos paisajes, medio ambiente, planificación, etc.). Puede ser generadora de impactos ambientales (consumos de agua y de energía, cambios de usos del suelo...) y, al mismo tiempo, propiciadora de la conservación y puesta en valor del patrimonio natural (espacios protegidos) y cultural (patrimonio histórico y etnológico). Asimismo, toda actividad turística se sustenta sobre la existencia de recursos con posible atracción turística (naturales, sociales y económicos), pero también en la disponibilidad de infraestructuras generales y de equipamientos/servicios turísticos, generando consigo relaciones socioeconómicas entre ciudadanos y territorios.

Al hilo de lo anterior, mi primera reflexión se refiere al **concepto de turismo**. Frente a conceptos amplios y genéricos es necesario precisar algo mejor qué es turismo. En un sentido algo más estricto, se entiende por turismo cuando hay traslados de personas hacia otros espacios no habituales, con intención de disfrutar de su ocio y consumir determinados recursos

atractivos (patrimoniales, naturales, etc.), pero llevando siempre parejo transacciones comerciales y de servicios, es decir, pernoctación-alojamiento, restauración u otro tipo de servicios. En contraposición, como decíamos, es muy común emplear el concepto de **turista** para quien, a veces, no es más que un **viajero** que recalca en una localidad o paraje por unas horas y su consumo o repercusión económica es mínimo. También ocurre, igualmente, con el llamado **turista residencial**, quien adquiere generalmente en régimen de propiedad o de alquiler una vivienda para residir en temporadas. En este caso, su incidencia en la economía local es algo mayor que el anterior, sobre todo, por el propio consumo vital que se tiene durante sus estancias temporales.

Es importante esta aclaración conceptual, dado que se generaliza con mucha frecuencia el concepto de turista y porque muchos de estos llamados “turistas”, especialmente en el ámbito serrano que nos ocupa, no son más que viajeros o residentes temporales. Ello no significa, por supuesto, que haya que desdeñar o restar importancia a estos últimos. No obstante, su repercusión económica es menor que el turista que se aloja en un hotel o, incluso, en una casa rural; y, por el contrario, su huella o impacto ecológico es no inferior a éstos.

Sin duda, la actividad turística como fuente de riqueza en algunos territorios de destino es, en realidad, menor de lo que muestran sus afluencias totales. Y estas circunstancias son las que ocurren en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, como también en otros espacios naturales similares, incluso los costeros, en los que la ocupación residencial de temporada es muy significativa.

Otra cuestión a considerar es que **no es fácil modelizar en turismo**, ya que en espacios amplios suelen existir diferentes tipologías, formas o especialidades, en razón a la variedad de recursos naturales y patrimoniales objeto de aprovechamiento turístico y a las formas económicas que generan. Una buena manera de hacer u obtener una clasificación es siguiendo un criterio geográfico que, para el caso de la provincia de Huelva, podría ser el **turismo litoral** y el de **turismo de interior y rural**.

El primero está muy centrado en las áreas eminentemente costeras; y el segundo, en sus áreas interiores, principalmente en la Sierra. Lo del concepto “rural”, que casi siempre está correlacionado con los espacios de interior y de montaña, es también algo discutible, ya que existen experiencias de turismo rural a pocos kilómetros de las playas y, viceversa, es decir, complejos turísticos en la Sierra que, por su funcionalidad y arquitectura, bien podrían pertenecer o situarse en la Costa. Igualmente, para ambos espacios o modelos existe un amplio “turismo residencial” en edificaciones y urbanizaciones de arquitectura genérica de viviendas adosadas, que sólo se ocupan en temporadas y fines de semana, presentando el resto del tiempo vacío residencial, además de bajos niveles de ocupación hotelera.

La **Sierra de Huelva** participa más, geográficamente, del segundo modelo; es decir, del de interior, y también del rural, ya que la mayoría de su oferta reglada es de tipo casas rurales y porque sus principales atractivos es el propio medio natural y cultural con un paisaje de media montaña enmarcado en un Espacio Natural Protegido no litoral. Ello no quita que el turismo litoral también posea sus atractivos y sus espacios naturales, aunque, para este modelo, brilla con luz propia los recursos playa y agua del mar. No obstante, estos modelos no están separados radicalmente, pueden ser complementarios, sobre todo, teniendo en cuenta las cercanas distancias de este ámbito territorial onubense (apenas 100-150 kms. entre la costa y la montaña).

Al hilo de estas dos reflexiones iniciales, cabría pensar como tercera cuestión, **hasta qué punto es importante la actividad turística en la economía general** de comarcas como la Sierra. Las cifras estadísticas, por su propia naturaleza¹, no miden bien este interrogante, por lo que hay que basarse también en el conocimiento personal del territorio y en los testimonios de sus gentes. Uniendo ambas vías del conocimiento, cabría decir que no es tan

¹ Las estadísticas de población ocupada por sectores económicos disponibles a escala municipal se remontan al censo de población de 2001. En el mismo, la Sierra registra 728 ocupados en el subsector H, de Hostelería (según la CNAE-93), lo que equivale al 6% del total de ocupados en la comarca (12.143 personas). No obstante, estas estadísticas no reflejan la verdadera dimensión económica y laboral del sector turístico. Acercarnos algo más a la realidad, permite las estadísticas de establecimientos por actividad económica, para 2008. De esta manera, el referido subsector H presenta para la Sierra un total de 374 establecimientos, el 13,3% del total.

importante como se pregona genéricamente. Ello se debe, entre otras cosas, como decíamos, a que se utilizan los conceptos de turismo y de turista muy vagamente, con poca precisión. En este sentido, son muchas más las afluencias de visitantes y residentes temporales que el número propiamente de turistas, en su sentido estricto, es decir que se alojan en establecimientos especializados. Por supuesto que la anterior afirmación no resta importancia a la actividad económica que conlleva el trasiego y alojamiento de personas.

Además, hay que tener en cuenta que hace apenas dos décadas, esta comarca serrana, como otras tantas, apenas tenía ni turistas, ni visitantes, ni residentes temporales, ni equipamientos turísticos. Desde entonces, estos territorios rurales cobran un interés por parte de un segmento poblacional, generalmente urbano, que demanda y necesita nuevos atractivos que no sean sólo el sol y la playa.

Al analizar a quienes benefician más directamente esta nueva actividad, veríamos que se trata de una parte del empresariado y de la población activa dedicada a la hotelería, la hostelería y el comercio, a los cuales el “trasiego turístico” y la política de subvenciones públicas ha justificado la creación y mejora de negocios y de puestos de trabajo. También produce beneficios el incremento de ventas por el consumo vital de turistas y visitantes y, en no pocas ocasiones, la obtención de unas rentas diversas (alquileres) al margen de la economía legal. El resto de la población, en su mayor parte, sigue al margen de esta nueva dinámica económica.

En suma, el turismo es importante en la Sierra, pero aún está lejos de ser la primera actividad económica de la comarca. Se convierte en un complemento para un segmento poblacional algo más vinculado con esta actividad y, además, no por igual en todos los municipios de la comarca y de su parque natural. En este sentido, hay localidades, como veremos más adelante, en las que la presencia del fenómeno turístico es sólo testimonial.

Asimismo, este turismo, entendámoslo ahora en su concepto genérico, permite una cierta proyección de este territorio castigado por décadas de fuerte emigración al exterior y actualmente con una estructura poblacional enveje-

cida, y, en segundo lugar, ayuda, como decíamos, a preservar y promocionar patrimonios culturales y naturales. No obstante, supone transformaciones territoriales, con impactos también negativos

Hechos estos comentarios iniciales de corte más teórico, el **esquema básico de esta ponencia** es:

- Definir las características del modelo turístico existente en la Sierra de Huelva.
- Analizar los principales espacios y parámetros turísticos.
- Diagnosticar los principales factores de desarrollo y las posibles incertidumbres que se ciernen sobre su sector turístico.
- Reseñar una serie de posibles retos y de propuestas que mejoren esta actividad; además de unas últimas reflexiones.

Para todo ello, me apoyo en la experiencia investigadora en temas turísticos² del grupo de investigación Instituto de Desarrollo Local (IDL), al que pertenezco, y, en segundo lugar, en el “*Diagnóstico y Propuestas*” recogidas en el Encuentro Internacional “*Recursos, potencialidades y modelos turísticos en Algarve, Baixo Alentejo y provincia de Huelva*”. El segundo de sus foros, se celebró en septiembre de 2009, en Aracena, centrándose la atención en el “modelo de turismo rural y de interior”. El propósito del mismo fue albergar un espacio de encuentro y discusión sobre las dimensiones sociales, económicas, políticas, culturales y territoriales que intervienen en este modelo turístico. Se contó para ello con la visión y la experiencia tanto de investigadores como de agentes sociales, económicos e institucionales involucrados más directamente en estas dinámicas turísticas.

² www.uhu.es/idl/ Instituto de Desarrollo Local. Universidad de Huelva



Figura nº 1. Carteles del Encuentro Internacional “Recursos, potencialidades y modelos turísticos en Algarve, Baixo Alentejo y provincia de Huelva”, 2009

2. EL MODELO DE TURISMO RURAL Y DE INTERIOR DE LA SIERRA EN EL CONTEXTO SUBREGIONAL.

Hasta hace pocos años, hablar del turismo en la provincia de Huelva era hacerlo sobre un modelo que nace en el litoral. Su expansión desde los años 60-70 del pasado siglo, aunque con diferentes velocidades desde entonces, ha supuesto el crecimiento urbano y demográfico de sus núcleos costeros, la creación de nuevas urbanizaciones, el incremento de la oferta hotelera y comercial y la llegada de un número importante de residentes y turistas, principalmente en época estival. Este modelo sigue acaparando la mayor parte de la oferta turística global de la provincia³.

³ La oferta de alojamiento (hoteles, apartahoteles, hostales y pensiones) de la franja costera de Huelva acapara casi el 95% del total provincial. Esta oferta hotelera ha crecido muy notablemente en el conjunto provincial: de 11.300 plazas hoteleras en 1998 a 25.000 plazas en 2008 (Consejería de Turismo, Comercio y Deportes).

Por su parte, desde hace aproximadamente 20 años, empieza a cobrar una cierta importancia el llamado **turismo rural y de interior**, asentado, en este marco provincial, principalmente en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche. Por supuesto que sus indicadores en oferta turística⁴ y pernociaciones turísticas distan mucho del turismo litoral. No obstante, diversas circunstancias y factores como el referido interés de la ciudadanía por los valores ambientales, rurales y patrimoniales, y la potenciación de la actividad turística y la recuperación del patrimonio cultural y natural como prioridades en las distintas políticas de desarrollo rural (Leader, Proder, etc.) han provocado un inusitado desarrollo de equipamientos y empresas turísticas, especialmente en las algunas comarcas andaluzas como la Sierra de Cazorla, Sierra Nevada o las Alpujarras, las cuales, en palabras del prof. J.I. Pulido (2009), están llegando a niveles de saturación.

En la provincia de Huelva, como decíamos, destaca la **Sierra de Aracena y Picos de Aroche**, un territorio que despierta un reciente interés. Es Parque Natural, de clima submediterráneo, con numerosos cursos de agua, con un agradable paisaje de encinares, castañares y bosques de ribera, con un interesante patrimonio cultural (con 14 Conjuntos Históricos⁵) y gastronómico y un profuso poblamiento (unos 70 núcleos). Este soporte, unido a la multiplicación de acciones públicas y privadas en diversos campos (ordenación del territorio, protección ambiental, desarrollo local, recuperación patrimonial, etc.), está contribuyendo para que este espacio serrano onubense se acerque a ser un **Destino Turístico** con cierta singularidad. A pesar de ello, los parámetros en oferta y demanda de este destino están lejos de las otras comarcas andaluzas referidas. Lo cual conlleva preguntarnos si ello es positivo o negativo.

Fuera de este ámbito serrano, otros municipios onubenses de su interior intentan vender también sus “excelencias” patrimoniales y turísticas

⁴ Ha habido en los últimos años un incremento notable de su oferta de alojamiento.

⁵ La Sierra tiene declarados más 70 BIC y 14 Conjuntos Históricos y que corresponden, de oeste a este, a las localidades de Aroche, Almonaster la Real, Castaño del Robledo, Galaroza, Valdelarco, Alájar, Fueteheridos, Cortelazor, Linares de la Sierra, Los Marines, Aracena, Cortezconcepción, Higuera de la Sierra y Zufre.

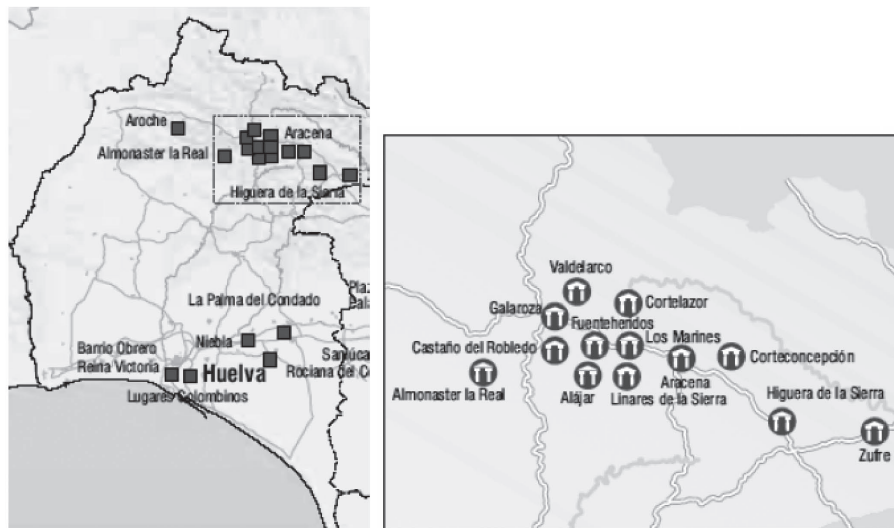
y, con la ayuda pública, iniciar andaduras empresariales en este campo. No obstante, la dispersión y poca envergadura de estas iniciativas, distan mucho de conformar o acercarse a ser un destino turístico. Sólo es destacable, como destino para el viajero la **Cuenca Minera de Riotinto**. En ésta, el objetivo fundamental ha sido, al mismo tiempo, el de preservar y revalorizar su copioso y singular patrimonio histórico-cultural de tipo minero y atraer a viajeros y turistas, si bien, mayoritariamente, son viajeros y no turistas, ya que suelen pernoctar en otros destinos turísticos, principalmente en el Litoral y, en menor medida, en la Sierra o bien provienen de sus propias localidades de residencia, permaneciendo en la Cuenca apenas unas horas.

Asimismo, también es destacable la atracción que ejerce el **Parque Nacional de Doñana**. En sus cercanías, destaca el núcleo de **El Rocío**, cuyo atractivo cultural-religioso atrae a miles de viajeros y turistas a lo largo de todo el año, aunque, sobre todo, en su Romería. No obstante, sin desdeñar su importancia natural y cultural, estas ofertas sólo son un complemento o atractivo ecológico y cultural para el turismo afincado esencialmente en la Costa.

Con similares premisas territoriales y políticas se halla la **Sierra Norte de Sevilla**, también Parque Natural. Sin embargo, el poblamiento histórico con núcleos más compactos y distantes, la menor orografía y, en definitiva, el menor conocimiento de sus atractivos, originan unos indicadores turísticos algo inferiores a la Sierra onubense. Haciendo un símil con Aracena, destaca la oferta turística del municipio de Cazalla de la Sierra.

Al otro lado del Guadiana, este turismo rural y de interior lo encontramos muy desarrollado en la **Sierra de Monchique**, en el Algarve, aunque es muy puntual, dado lo reducido de este territorio. Asimismo, son experiencias muy vinculadas al destino Costa, ya que apenas media hora o una hora de tiempo separan estas iniciativas empresariales con la primera línea de playas algarvies o con el aeropuerto de Faro. El **Baixo Alentejo**, igualmente, empieza recientemente a considerar el turismo rural y de interior como un modo complementario a su economía. Así, todos sus concejos se afanan en recuperar y promocionar sus patrimonios histórico-culturales y naturales,

Mapa nº 2. Conjuntos Históricos de la Sierra de Huelva



Fuente: <http://www.juntadeandalucia.es/viviendayordenaciondelterritorio/atlashistorico>

3. PRINCIPALES PARÁMETROS E INDICADORES TURÍSTICOS DE LA SIERRA

En cuanto a la **oferta de alojamiento**, las estadísticas del Instituto de Estadística de Andalucía para 2008 reflejan para el conjunto de la Sierra casi 800 plazas hoteleras, 200 para hoteles-apartamentos y unas 300 en hostales-pensiones. A ello hay que unir 481 plazas en establecimientos rurales y casi 550 plazas en campamentos turísticos. Ello significa apenas el 5% de la oferta global de la provincia de Huelva⁶. No obstante, en

⁶ En cuanto a la **oferta**, la provincia de Huelva ocupaba en 1995 el 6,6% de las plazas hoteleras del total de Andalucía; sin embargo, pasa a ocupar el 8,8% de la oferta en 2008. El crecimiento ha sido de 13.600 plazas, un 227% entre ambos años, muy por encima del aumento a escala regional, un 171,2%. Con respecto a la **demand**a, la provincia ocupaba en 1995 el 4% de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros y un 5,3% de las pernотaciones de Andalucía. Los registros para 2008 manifiestan un evidente aumento de esta proporción: 7% y 8,2%, respectivamente. Es decir, asistimos a unos crecimientos muy por encima de los valores de la media andaluza.

términos relativos, la oferta de la Sierra está creciendo desde 1995 por encima de la media provincial. De esta manera, en lo que se refiere a hoteles, en la Sierra ha crecido casi cuatro veces más en este periodo, por tres en el conjunto provincial.

Especialmente significativa es la presencia en la Sierra de los establecimientos o casas rurales. De esta manera, acapara el 65% de estas plazas del total provincial. A este montante, habría que unir las numerosas e indeterminadas casas de ocupación turística que, aunque ilegales, bien merecen al menos una mención.

No es fácil estudiar la **demanda a escala local o comarcal**. Estas mismas estadísticas del IEA, basadas en registros de pernoctación, procedencia nacional/extranjera y encuestas, recogen sólo datos a escala provincial. No obstante, teniendo en cuenta la oferta señalada para la Sierra, con notable presencia de casas rurales, el turismo con procedencia regional/nacional es mucho más significativo. De esta manera, aunque a escala de la provincia sólo 1 de cada 5 turistas alojados en establecimientos rurales son extranjeros.

En un análisis más detallado, **a escala municipal**, no podemos uniformar toda la Sierra de Huelva, con sus 29 municipios⁷, como un destino turístico homogéneo. Dentro de su superficie total de 2.803 km² y de su Parque Natural de 1.868 km², encontramos notables diferencias en cuanto al desarrollo de esta actividad y, por ende, su plasmación territorial.

Existe un **Área nido⁸ o central**, constituida por el espacio central de La Sierra y formada por los municipios de Aracena, Alájar, Fuenteheridos, Galaroza, Jabugo, Almonaster la Real y Cortegana, entre otros, que despiertan el mayor interés de los turistas y viajeros. De igual manera, acaparan la mayor parte de la oferta turística y residencial. Es un espacio

⁷ La totalidad del municipio de Rosal de la Frontera no está incluido dentro del Parque Natural.

⁸ Se toma el vocablo “nido” para determinar a áreas gravitatorias de determinadas funciones y actividades; que en el caso que nos ocupa se refiere a la especialización turística.

de poblamiento denso, con indudables patrimonios culturales, donde se alcanzan los máximos pluviométricos, de espesa cobertura vegetal y que coincide con el dominio del castaño. Entre estos municipios, destaca muy especialmente **Aracena**, una población que al calor de sus grutas de las Maravillas (con cerca de 200.000 visitas anuales), ya empezó a despertar la atención de viajeros y turistas desde hace casi un siglo. En la actualidad, este municipio acapara el 40% de la oferta de alojamiento, en sus distintas tipologías, de la Sierra. A ello se une, con similar porcentaje, otros equipamientos como restaurantes, cafeterías y diversos servicios turísticos. Otras poblaciones significativas por su oferta turística, aunque a notable distancia de la anterior, son Cortegana, Almonater la Real y Galaroza.

El resto de la Sierra, en cuanto a especialización turística, cabría denominarla como “**Área de influencia**” o “**Área Externa**”, caracterizada en general, por mayores distancias entre las localidades, menor humedad de sus paisajes forestales y agrarios, y cuyos pueblos se afanan en los últimos años por presentar sus indudables atractivos. No obstante, son más las personas de perfil “viajero” que los estrictamente turistas quienes recalán en estas localidades, por lo que la baja demanda existente apenas da para satisfacer unas pocas experiencias empresariales en hotelería y hostelería. En cualquier caso, éstas eran apenas inexistentes hace unos años.

Cuadro nº 1. Oferta de alojamiento en la Sierra de Huelva, 2008

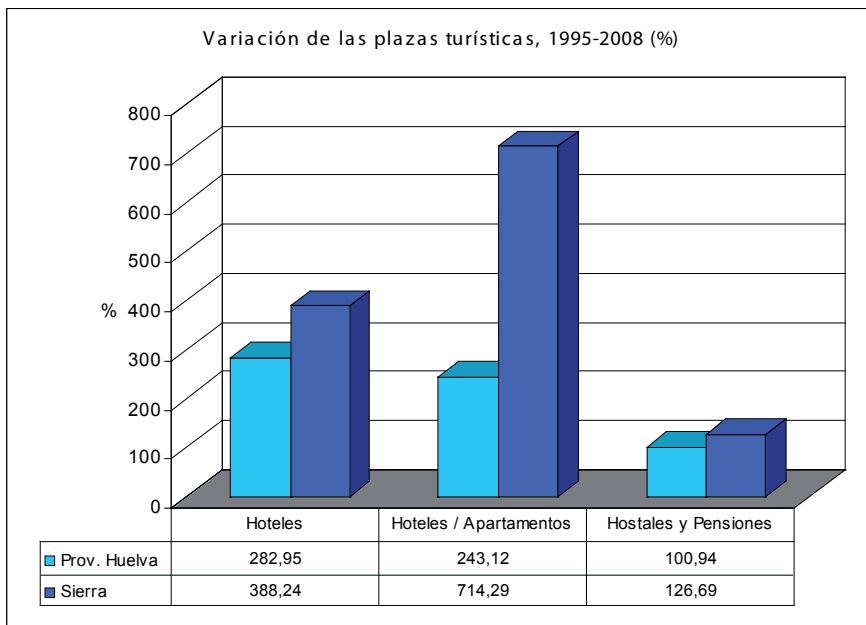
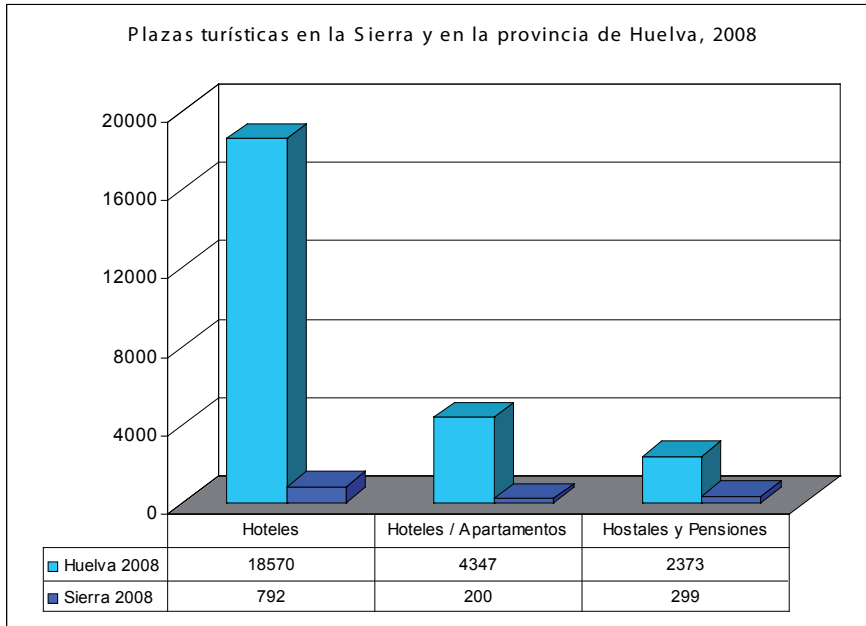
ÁMBITO	Nº de plazas en Hoteles	Nº de plazas en Hoteles-apartamento	Nº de plazas en Hostales y pensiones	Plazas en campamentos de categoría 1ª	Plazas en campamentos de categoría 2ª	Nº de plazas en establecimientos turísticos rurales (1)
Alájar	15	0	0	0	0	33
Almonaster la Real	39	0	32	0	0	79
Aracena	505	57	32	279	0	79
Aroche	56	0	0	0	0	22
Arroyomolinos de León	0	0	0	0	0	0
Cala	0	0	0	0	0	0
Cañaveral de León	0	0	0	0	0	0
Castaño del Robledo	0	0	0	0	0	11
Corteconcepción	0	0	18	0	0	0
Cortegana	80	0	46	0	0	69
Cortelazor	0	0	0	0	0	6
Cumbres de Enmedio	0	0	0	0	0	0
Cumbres de San Bartolomé	0	0	0	0	0	9
Cumbres Mayores	0	0	9	0	0	0
Encinasola	41	0	0	0	0	8
Fuenteheridos	0	110	24	0	202	31
Galaroza	56	33	40	0	0	0
Higuera de la Sierra	0	0	0	0	0	8
Hinojales	0	0	10	0	0	0
Jabugo	0	0	0	0	0	22
Linares de la Sierra	0	0	0	0	0	0
Marines (Los)	0	0	9	0	0	0
Nava (La)	0	0	0	0	0	27
Puerto Moral	0	0	0	0	0	0
Rosal de la Frontera	0	0	34	0	0	0
Santa Ana la Real	0	0	14	0	0	0
Santa Olalla del Cala	0	0	17	0	0	0
Valdelarco	0	0	0	0	0	20
Zufre	0	0	14	0	0	57
LA SIERRA	792	200	299	279	202	481
PROVINCIA DE HUELVA	1.857	4.347	2.373	9.602	12.450	731

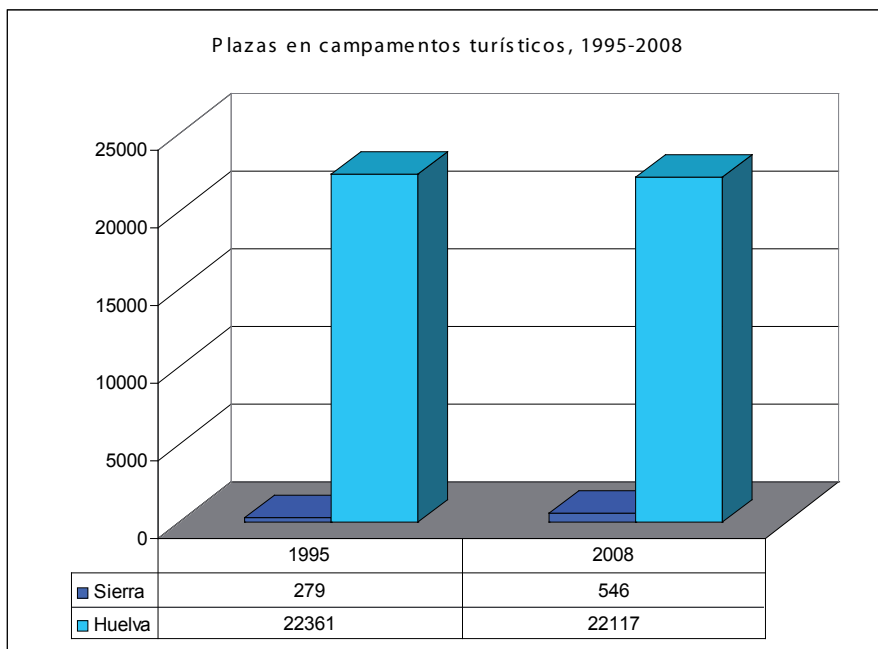
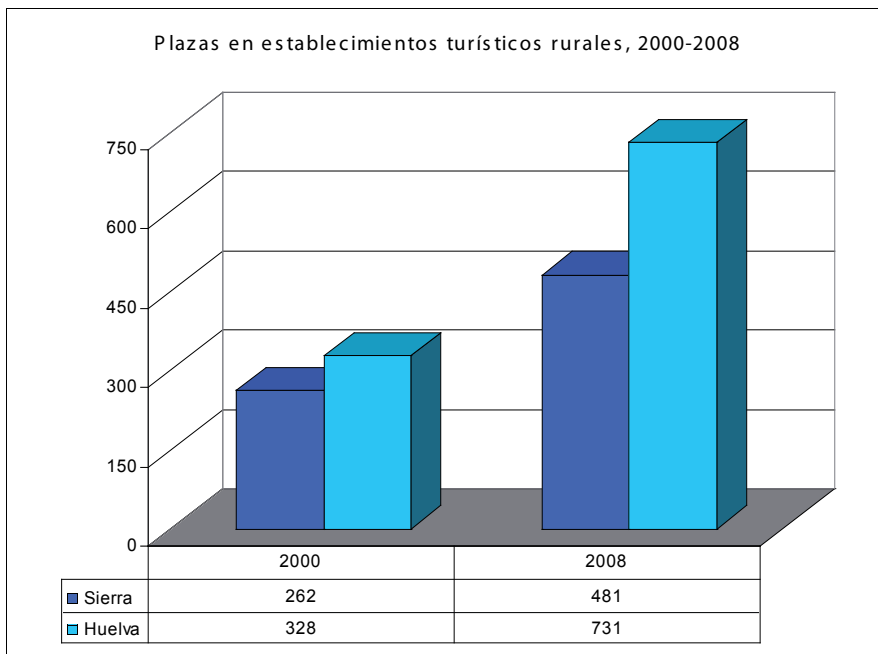
(1) La Sierra posee 84 establecimientos turísticos rurales por 126 a escala provincial

Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía, SIMA.

<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima/index2.htm>

Figura 2. La oferta turística en la Sierra.





4. DIAGNÓSTICO DE LOS MODELOS TURÍSTICOS ONUBENSES.

Diversos obstáculos (amenazas y debilidades) y factores de desarrollo (fortalezas y oportunidades) envuelven este modelo turístico rural y de interior de la Sierra de Huelva. Algunos pueden ser similares incluso para el modelo costero-litoral de la misma provincia, e igualmente parecidos para los espacios limítrofes del Alentejo, Sur de Badajoz y Sierra Norte de Sevilla. No obstante, es el objetivo ahora centrarnos en el espacio serrano onubense, aprovechando como se decía en la introducción, las reflexiones vertidas en el *Encuentro Internacional* (2009).

Se han seleccionado como **principales OBSTÁCULOS** que el turismo serrano debe superar los que siguen. Por supuesto, que desde las iniciativas públicas y privadas, estos obstáculos se convierten en permanentes frentes de acción.

Obstáculos del modelo turismo rural y de interior:

- Oferta de atractivos turísticos en crecimiento, pero aún poco estructurada hacia mercados internacionales y nacionales.
- Escasa presencia del turismo internacional. Existe un difícil engarce con los touroperadores y las agencias de viajes convencionales, los cuales, entre sus productos, venden muy poco la Sierra de Huelva como destino turístico exclusivo.
- Fuerte competencia de otros destinos rurales turísticos más consolidados y con más tradición, cuya oferta sí que es más estructurada.
- Confluencia de intereses entre el desarrollo urbano-turístico y la conservación del medio ambiente. Fuerte presión urbanística, construcción masiva de nuevas edificaciones, especialmente de segundas residencias, con el consiguiente impacto medioambiental. Un problema añadido son las edificaciones ilegales en suelos no urbanizables.

- En razón a este fenómeno, otro problema es la tardanza en la redacción y cumplimiento de un Plan de Ordenación Territorial para la comarca que homogenice los modelos urbanísticos de los municipios.
- Elevada economía sumergida en el sector, especialmente en lo que se refiere a la oferta no regulada en alojamientos.
- Escasa solvencia de muchas iniciativas empresariales. En este sentido, al calor de diferentes subvenciones se han creado empresas de alojamiento y servicios turísticos, con permanentes dificultades.
- Dependencia de muchas de estas iniciativas de políticas públicas de incentivación económica (Leader, líneas de financiación, etc.).
- Persistencia de deficiencias en la accesibilidad territorial. A pesar de las mejoras habidas, siguen existiendo deficiencias en accesibilidad. El área “nido” del turismo serrano queda a más de dos horas de los enclaves costeros onubenses, por lo que disminuye las posibilidades de convertirse la Sierra en una alternativa de ocio que se oferte con mayor asiduidad desde las áreas hoteleras costeras.

Pero los anteriores obstáculos se deben abordar apoyándose en unos **FACTORES DE DESARROLLO** (elementos positivos) del turismo que se desarrolla en la Sierra:

Factores de desarrollo en el modelo turismo rural y de interior:

- Existencia de un Parque Natural, con diversidad de paisajes naturales que favorecen la actividad turística. Ello genera una Marca que favorece a estos espacios frente a otros en cuanto a atracción turística.
- Igualmente, presenta una notable riqueza y diversidad del patrimonio cultural –histórico-artístico y gastronómico. No es un patrimonio monumental como el de algunas ciudades andaluzas pero sí que posee elementos singulares atractivos a nuevas demandas.

- Fuerte identidad cultural de los habitantes con el territorio serrano que explica el alto asociacionismo existente. Una prueba de ello, son las conocidas Jornadas del Patrimonio de la Sierra.
- Nueva sensibilidad y puesta en valor por turistas, empresarios y administración del medio ambiente y el patrimonio cultural. En este sentido, existe un Foro de turismo sostenible en la Sierra.
- Amplias posibilidades de prácticas turísticas y deportivas en las áreas serranas.
- Desarrollo progresivo de equipamientos y servicios relacionados con el Ocio Activo (centros ecuestres, servicios complementarios, etc.)
- Mejora habida en la formación del empresariado y del empleo en las actividades turísticas. En este sentido, cada vez son más las empresas de vocación turísticas que obtienen algún tipo de certificación o sello a su calidad procedente de diversas instituciones (Carta Europea de Turismo Sostenible, Marca “Q de Calidad”, Marca Parque Natural de Andalucía, ISO 9001, ISO 14001, Compromiso de Calidad Turística, Etiqueta Ecológica, etc.).
- Posibilidad de complementar los destinos costa-interior, que cabe incrementarse cuando se mejore aún más la accesibilidad.
- Progresiva implantación de una Ordenación Territorial que, bajo el paradigma de la sostenibilidad, define claramente los distintos usos del suelo, preservando ante posibles transformaciones amplios espacios.
- Existencia de fondos y planificaciones públicas proclives a cofinanciar iniciativas empresariales y actuaciones en el patrimonio natural y cultural con especial objetivo en el turismo. Entre estas

planificaciones cabe destacar, para el caso de la provincia de Huelva:

- El Plan de Actuación Turística en Sierra Morena, en la que se integran los 29 municipios serranos, juntos a otros de las sierras de Sevilla, Córdoba y Jaén. ADIT Sierra Morena actúa como Promotor de Turismo Sostenible.
- Las Iniciativa de Ciudades Turísticas de los Conjuntos Históricos de Andalucía (Almonaster la Real, Alájar, Aroche, Linares de la Sierra y Zufre).

Estas nuevas figuras se enmarcan en la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía y en el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, 2008-2011. Además de estas medidas que se concretizan territorialmente, a escala general de Andalucía, es destacable el Plan Renove Turismo y otras diversas subvenciones del referido Plan financiadas y tramitadas desde la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes.

5. PRINCIPALES RETOS DEL TURISMO SERRANO

En definitiva, podemos discernir una serie de **RETOS** de futuro, directamente relacionados con la actividad turística, que, conforme se vayan superando pueden conducir a un **turismo sostenible** en el territorio y en el tiempo.

Retos del modelo turismo rural y de interior:

- El **turismo rural y ecológico** ha de seguir potenciándose, aprovechando los recursos naturales y espacios protegidos existentes. El **agua** es todavía un recurso natural poco aprovechado turísticamente.
- Reducir la **estacionalidad**. Si bien la temporada alta es la primavera, sería deseable que los porcentajes de ocupación turística aumenten en otras estaciones del año.

- **Promoción y búsqueda de nuevos mercados**, principalmente el internacional.
- Apuesta por la **Calidad Total** de la oferta en sus diversos componentes. Ello significa el paso de una concepción cuantitativa a una de tipo cualitativa, de máxima eficiencia tanto económica como medioambiental.
- Actuaciones urbano-turísticas y arquitectónicas orientadas hacia promociones más modestas, con una **mayor sintonía con el patrimonio arquitectónico serrano**.
- **Mayor concienciación entre la ciudadanía** de la importancia del turismo, con una educación que amplíe el conocimiento geográfico-histórico de su propio territorio.
- Conocimiento, protección, recuperación, promoción y divulgación del **patrimonio natural y cultural**, ya que son los principales recursos y factores de atracción.
- Aumento de la **formación profesional** de los empleados dedicados a tareas comerciales, de alojamiento y restauración. Es importante que se cree una Escuela de hostelería⁹.
- Unido a lo anterior, **potenciación del marketing** en la gestión turística de las empresas.
- Mayor aplicación de las **nuevas tecnologías (Internet)** en los sistemas de promoción y gestión turística. Hay que tener en cuenta que el número de reservas *on line* va en aumento.
- Adaptación de edificaciones para la **accesibilidad de personas**, con ello se capta un importante segmento turístico.

⁹ En el I. E. S. SAN BLAS de Aracena se imparten estudios de un Ciclo Formativo de Grado Medio de "Cocina y gastronomía"

- Colaboración estrecha entre el **empresariado del sector turístico** y las **administraciones públicas**. Mayor difusión y agilidad en la tramitación de subvenciones y ayudas a las iniciativas empresariales.
- Potenciación de las iniciativas político-empresariales tendentes al **fortalecimiento del asociacionismo empresarial**.
- Corrección total de todos los déficits del ciclo integral del **agua**. Mejora en la recogida y reciclaje de residuos sólidos urbanos, agrícolas e industriales. Apuesta por las energías renovables y eficiencia energética de urbanizaciones y edificaciones aisladas.
- **Mejora de la accesibilidad** interna y externa, con especial atención al mantenimiento y mejora de las vías secundarias, el desdoblamiento de algunos ejes de comunicación (N-435 y nuevo desdoble Cuenca Minera-N-630) y mejora del ferrocarril Zafra-Huelva.
- **Mejora de la señalización turística y vial en la Sierra**. Aunque se ha incrementado, sigue habiendo oportunidades de visita y/o de negocio que se pierden, simplemente, por no existir, ser deficiente o no mantenerse en condiciones una señalización orientativa y promocional. A veces, son graves estas carencias en el interior de los cascos urbanos y en su exterior, junto a las vías interurbanas.
- Ligado a lo anterior, es importante también **la imagen urbana y arquitectónica** de las vías interurbanas, a su paso por algunas localidades, y que son las más transitadas en vehículo o a pie. Se ha de poner mucha atención en la mejora de acerados, arcenes, paseos, alamedas, iluminación pública, fuentes, señalización vial, etc.
- Inversión en iniciativas de rehabilitación de edificaciones y viviendas que preserven la **identidad y estética arquitectónica de los pueblos serranos**.

Como se ha visto, casi son más los retos a conseguir o en las que hay que seguir trabajando, los que se refieren a externalidades del turismo, que los que son propiamente de las empresas turísticas. Ello es obvio, el territorio es un sistema en el que todo está interrelacionado y, especialmente, el turismo es un sector y un fenómeno territorial tremendamente transversal, relacionado con un soporte físico y un contexto económico, social y medioambiental. Cualquier actuación que se haga, por ejemplo, en las infraestructuras o en el patrimonio cultural, incide enormemente en el turismo.

Estos **retos** pueden convertirse en realidades a través de un conjunto de **PROPUESTAS**. Unas son más responsabilidad de los poderes públicos (Administración) y otras les atañen más a las iniciativas privadas (Empresa). El recetario de **Medidas** y **Actuaciones** puede ser más o menos amplio en razón a los objetivos que se marquen el planificador y/o el estudioso y a las particularidades del territorio (municipio, comarca, etc.).

6. REFLEXIONES FINALES.

Las empresas turísticas e instituciones públicas de la Sierra han de desarrollar su actividad y sus actuaciones en un nuevo marco de esta actividad, caracterizado por una mayor inestabilidad, sensibilidad y exigencia de la demanda; por una mayor competitividad empresarial y territorial (local, nacional e internacional); y por una globalización de la información (internet). La demanda, unida a intereses empresariales, a veces con origen lejano con respecto a los territorios de destino, puede cambiar rápidamente sus preferencias, afectando a todo el tejido productivo de las regiones turísticas. Los destinos turísticos ya maduros pueden pasar rápidamente a convertirse en destinos agotados y, viceversa.

Además, el turismo es un sector muy proclive a la variabilidad de las coyunturas y estructuras económicas, en los sentidos positivo o negativo. Esto último se hace evidente en periodos de **crisis generalizada**, como el que acontece ahora, y que especialmente es muy grave, en Andalucía y España. En estas circunstancias, el trabajo tenaz por promocionar los destinos turísticos o por mejorar la gestión empresarial no impide que se retraiga

la demanda, dado que los consumidores (potenciales viajeros y turistas) atienden otras necesidades vitales y, por lo tanto, reducen sus periodos vacacionales, los desplazamientos y los gastos; o bien se dirigen a nuevos destinos en los que los bajos precios sean el principal referente. En este sentido, el turismo en general, desde 2008, está siendo afectado por la crisis actual, con caídas sensibles de algunos de sus indicadores de pernoctaciones e ingresos turísticos. Y cuando se avecina un ciclo de crisis, desgraciadamente, por múltiples circunstancias, muchas iniciativas e ideas fenecen. A ello se une que las intervenciones públicas se reducen. Pero, estos ciclos, tarde o temprano, cambian su sentido, por lo que las iniciativas privadas y públicas han de seguir trabajando en corregir obstáculos y afianzar nuevos retos.

Las **Propuestas y Actuaciones** relacionadas con el turismo no pueden ni deben ir desligadas de las que se refieren a las del **medio ambiente, el patrimonio cultural, las infraestructuras territoriales, la formación**, etc., entre otras.

Nunca se debe prescindir u olvidar el **medio ambiente**. Los diversos recursos naturales (sierras, valles, vegetación, manantiales...) se convierten en los mejores atractivos y recursos turísticos de base, además de ser fundamentales para el equilibrio ecológico y medio ambiental. Por tanto, se debe invertir en actuaciones orientadas a la mejor preservación de los valores naturales, lo que debe ser compatible con el desarrollo del turismo. Para ello es necesaria la sensibilización de la población autóctona y de la visitante, además de insistir en el equilibrio y la orientación del planeamiento urbanístico a realizar. En este sentido, dos tercios de la comarca es espacio protegido como Parque Natural; además, posee la catalogación de Reserva de la Biosfera por la UNESCO.

Asimismo, se fortalece indirectamente el desarrollo turístico de la comarca, **apoyando también las actividades económicas tradicionales** relacionadas con el castaño, el corcho y la dehesa, así como la industria agroalimentaria asociada al cerdo ibérico.

El **patrimonio etnológico**, como los anteriores factores, aparece como un elemento a potenciar por sí sólo, independientemente de que tenga una valorización evidente para el fenómeno turístico. Igualmente ocurre con la amplia variedad de productos de la tierra que alimenta una gastronomía, no siempre del todo cuidada.

La **articulación territorial**, mejorada en los últimos años, requiere todavía de grandes esfuerzos. No puede pretenderse un desarrollo del turismo sin mejores infraestructuras y equipamientos de apoyo y que beneficien también a otras actividades socioeconómicas. No se puede pretender reforzar una interconexión turística Sierra de Huelva-Costa, con trayectos que todavía duran más de dos horas.

La **formación** en este sector socioeconómico es básica. Así, es fundamental ampliar los actuales programas o cursos de oficios, la enseñanza universitaria del turismo, la incorporación de las nuevas tecnologías a la gestión empresarial, etc.

Al hilo de lo anterior, resulta también importante la **vocación empresarial hacia el turismo**. La pléyade de normativas es importante, pero lo es aún más la profesionalidad empresarial para conseguir y mejorar el **sistema de gestión de calidad** en el servicio comercial-turístico y que conlleve una mayor satisfacción del cliente. Asimismo, la demanda está cada vez más segmentada, con muy diferentes perfiles, a lo que hay que tener con una promoción e información muy especializada.

A la **Administración pública**, en sus diversas escalas, le corresponde trabajar e intervenir de múltiples formas sobre esta actividad y territorio. Debe introducir directrices al sector privado, regular usos, derechos y obligaciones urbanísticas y de ordenación del territorial, velar por los recursos naturales, planificar y gestionar la intervención pública en las infraestructuras, promocionar destinos y tipologías turísticas, e incentivar distintas actuaciones económicas o de otra índole que emanen de la **iniciativa privada** u otras organizaciones sociales o ciudadanas.

En definitiva, el turismo serrano onubense muestra un **elevado potencial turístico**, dado sus evidentes valores naturales y patrimoniales. Desde hace unos años, **se ven cambios positivos** en este panorama. Las deficiencias en infraestructuras viarias, saneamiento y servicios públicos, con el tiempo y con un notable esfuerzo inversor, están siendo solventadas. En el ámbito empresarial hemos asistido a un rapidísimo aumento y mejora de la oferta hotelera (hoteles, pensiones y casas rurales) y de restauración, a una mayor profesionalización del sector, a una extensión de la información sobre la Sierra, etc. Asimismo, en todas las políticas y estrategias turísticas, urbanísticas y medioambientales, de las diferentes administraciones, se proclama y se apuesta por la calidad y la diversificación de la oferta turística.

Pero también existen sombras o incertidumbres, agravadas desde hace dos años, por una **crisis económica y del empleo** que se resiste a dejarnos. Su plasmación más evidente ha sido el frenazo en seco de la expansión urbano-turística en algunos núcleos del interior. Ello, según el prisma con que se analice el fenómeno, ha tenido su lado positivo, dado que en la Sierra se estaba desbordando la segunda residencia, predominando, arquitectónicamente, el común adosado. Pero, al mismo tiempo, también han corrido la misma suerte un sinfín de ideas y proyectos emprendedores en materia turística que duermen o bien se han perdido para siempre.

Precisamente la actual crisis puede servir de punto de inflexión o reflexión hacia el modelo turístico-territorial que queremos para la Sierra. En los últimos años, el modelo exitoso econonómicamente ha estado caracterizado por un aumento de la oferta turística, pero también una ocupación residencial que no responde al peso demográfico de las localidades serranas. Ha generado un notable empleo por unos años, pero ha supuesto cambios territoriales que ya no tienen marcha atrás. Ello se explica por un conjunto de circunstancias entre las que destacan la demanda de suelo del turismo residencial y la propia voluntad de los ayuntamientos que captaban recursos con la construcción de nuevas áreas. Pero para otro segmento de la demanda turística y de la población autóctona estos crecimientos urbanos, arquitectónicamente estandarizados, restan atractivo natural, cultural y carácter identitario al territorio serrano. Más partidarios, éstos últimos, de

una mejora de diversos factores o externalidades (algunos ya apuntados anteriormente) que influyen positivamente en la actividad turística. El turismo no debe ser sólo crecimiento urbanístico de tipo residencial.

A pesar de ello, como **mercado turístico emergente** que es la Sierra de Huelva, y a pesar de esta última coyuntura del sector de la construcción, todavía no presenta los niveles de saturación urbanística de otras comarcas serranas. Por ello, conociendo esas experiencias externas e internas, cabe la posibilidad de poner freno y de corregir modelos y líneas de actuación.

Sin duda, a modo de conclusión, la apuesta es potenciar un modelo basado en la **calidad**, en un sentido global, y que sirva para diferenciar la Sierra frente a otros destinos similares. Salir de este estadio de “destino emergente” no es tarea sólo de una iniciativa pública (la administración local y regional). Es tarea sobre todo de una **iniciativa privada**, empresarial y/o social que con su trabajo ha de hacerse diariamente competitiva.

No olvidemos que el turismo es sobre todo una prestación de servicios entre personas. La mejor promoción de un destino turístico empieza con la calidad en el servicio comercial-turístico que cada hotelero, restaurador o comerciante realice a diario con sus clientes. De este servicio puede depender que ese viajero o turista repita en este establecimiento y en ese territorio y que, a su vez, lo promocióne directamente a otras personas de su entorno. Por tanto, en un contexto de inevitable competitividad empresarial y territorial, sólo con la **calidad**, destinos turísticos como éste, que apenas se asoma desde hace unos años a la demanda, pueden competir en los rápidos y globales flujos turísticos de hoy día.

Tenemos ante nosotros un escenario territorial, la Sierra de Huelva (ampliable también al conjunto de la provincia) y una actividad económica, el turismo, con múltiples retos y oportunidades en los que hay que seguir trabajando para mejorar, conjuntamente desde los planos públicos y privados, con el objetivo de que el desarrollo que se consiga, como también de otros sectores socioeconómicos, sea duradero y sostenible en el tiempo.

7. BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA.

DÍAZ DIEGO, J. (2010): “Extremadura y la ensoñación del territorio. Aproximación al ideal simbólico de naturaleza en materiales gráficos de promoción turística”. En *Revista de Estudios Extremeños*, vol. LXVII, núm. 2, 30 págs. (En prensa).

GARCÍA DELGADO, J. (2005): “El turismo en la provincia de Huelva”, en JURADO, J.M. y MÁRQUEZ, J.A. (Dir.) (2005): *Factores espaciales, productivos y logísticos para un aeropuerto en la provincia de Huelva. Dándole alas al territorio onubense*. Huelva. Imprenta Beltrán, San Juan del Puerto.

GARCÍA DELGADO, J. y Otros (2006): *Guía turística profesional de la provincia de Huelva*. Patronato Provincial de Turismo de Huelva e Instituto de Desarrollo Local, Universidad de Huelva.

JURADO ALMONTE, J.M. (2000): “El turismo en el Andévalo Occidental”, en MÁRQUEZ, J. A. (Dir.): *Plan estratégico del Andévalo Occidental*, ADRAO e IDL.

JURADO ALMONTE, J.M. (2001): “Experiencias en el litoral onubense-algarví de cooperación transnacional en materia turística”, en *III Jornadas Interuniversitarias sobre Cooperación transfronteriza*. Zamora.

JURADO ALMONTE, J.M. (2002-2003): “El turismo en el ámbito del Algarve, Baixo Alentejo y provincia de Huelva”, en FERIA, J.M^a (Dir.): *Análisis territorial del ámbito Huelva-Algarve-Alentejo*. Consejería de Obras Públicas y Transportes, Junta de Andalucía, Estudio inédito.

JURADO ALMONTE, J.M. (Dir.) (2001): *El Turismo en el Arco Suratlántico onubense-algarví*. Consejería de Turismo y Deportes. Junta de Andalucía. Sevilla. 214 págs.

JURADO ALMONTE, J.M. y MÁRQUEZ DOMÍNGUEZ, J.A. (2000): “Los espacios de repulsión y atracción en la frontera hispano por-

tuguesa”, en LÓPEZ TRIGAL (Dir.): *II Simposium de Articulación territorial de la Raya*. Fundación Rei Alfonso Enriques, Zamora.

JURADO ALMONTE, J.M. y MÁRQUEZ DOMÍNGUEZ, J.A. (Dir.) (2005): *Factores espaciales, productivos y logísticos para un aeropuerto en la provincia de Huelva. Dándole alas al territorio onubense*. Huelva. Imprenta Beltrán, San Juan del Puerto, 300págs.

MÁRQUEZ DOMÍNGUEZ, J. (Dir.) (Coord.) (1995-1997): *Los Pueblos de Huelva*. 4 Tomos. Editorial Mediterráneo. Madrid.

MÁRQUEZ DOMÍNGUEZ, J. A. (2000): “El turismo en la región onubense-algarví”, en *Cuadernos de Turismo*, nº 5, Universidad de Murcia, pp. 69-85.

MÁRQUEZ DOMÍNGUEZ, J. A. (Dir.) (1997-1998): *Artes, costumbres y riquezas en la provincia de Huelva*. Tomos I al IV, Mediterráneo, Madrid.

MÁRQUEZ DOMÍNGUEZ, J. A. (Dir.) (1999-2000): *Historia de la provincia de Huelva, un análisis de los ámbitos municipales*. Tomos I al IV. Mediterráneo, Madrid.

MÁRQUEZ DOMÍNGUEZ, J.A. (2009): *Atlas del Suratlántico Peninsular*. Servicio de Publicaciones, Universidad de Huelva.

8. REFERENCIAS EN INTERNET (TURISMO-SIERRA DE HUELVA):

<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia>. Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

<http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/servtc5/ventana/mostrarFicha.do?idEspacio=7420>. Consejería de Medio Ambiente. Página de Parques Naturales.

<http://www.sierradearacena.net/index.htm>. Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche.

<http://www.mityc.es/turismo/es-ES/Paginas/IndexTurismo.aspx>. Secretaría de Estado de Turismo.

<http://www.aracenaysierra.es/>. Casas rurales en Sierra de Aracena.

<http://www.turismoandaluz.com/>. Turismo Andaluz.

http://www.andalucia.org/espacios-naturales/parque-natural/sierra-de-aracena-y-picos-de-aroche/?set_language=es. Consejería de Turismo y Comercio. Página de Parques Naturales.

http://www.andaluciarustica.com/parque_natural_de_sierra_de_aracena_y_picos_de_aroche.htm. Andalucía Rústica. Parque Natural de Sierra de Aracena y Picos de Aroche.

<http://www.gdrsaypa.es/>. Grupo de Desarrollo Rural de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche.

<http://www.federacionsierra.es/>. Federación de Asociaciones de la Sierra.

<http://www.turismohuelva.org/>. Patronato provincial de turismo de Huelva.

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/opencms/>. Consejería de Turismo, Comercio y Deportes de la Junta de Andalucía.

<http://www.andarural.com/andarural/>. Andalucía Rural.

<http://www.sierramorena.com/>. Asociación para el Desarrollo Integral del Territorio de Sierra Morena.

www.calidadturistica.es. Q Calidad Turística. España.

www.andaluciadestinocalidad.es. Andalucía Calidad. Consejería de Turismo, Comercio y Deportes.

<http://www.marcaparquenatural.com/>. Marca Parque Natural de Andalucía.

<http://www.rtve.es/mediateca/videos/20091025/escarabajo-verde-sierra-no-tiene-prisa/613592.shtml?s1=programas&s2=ciencia-y-tecno#>. Programa de El Escarabajo Verde. RTVE. “La Sierra no tiene prisa”.