



*Ruta de
al-Mutamid*

ESTUDO CUALITATIVO Y
CUANTITATIVO
ANDALUCÍA - ALGARVE

ÍNDICE

1. Introducción

2. Justificación

3. Estudio Cualitativo y Cuantitativo

3.1. Contextualización

3.2. Conceptualización

3.3. Ingresos por Turismo e Impacto Económico

3.4. Estructura de la Oferta Turística

4. Análisis DAFO

5. La Ruta de al-Mutamid

1. INTRODUCCIÓN

HISTORIA DEL TURISMO EN ESPAÑA Y PORTUGAL

La economía y muchos fenómenos sociales, políticos y culturales se comprenden y explican mejor desde una perspectiva supranacional.

Se puede observar que España y Portugal han mantenido un cierto paralelismo en el desarrollo de las políticas y modelos del turismo; todo ello, sin menospreciar o relativizar las diferencias en el proceso turístico de cada uno de los países.

El turismo se convirtió en uno de los elementos esenciales para el desarrollo de ambos países, aunque de una forma más clara en España a partir de los años 60, momento en que se produce una divergencia en el ritmo de crecimiento del sector en los dos países. El turismo jugó un papel esencial en la modernización de España y Portugal, siguiendo unas pautas que algunos autores han denominado modelo latino de desarrollo.

El turismo a comienzos del siglo XX supone una actividad relevante en ciertos países de Europa, siendo Italia, Suiza y Francia los principales destinos. El foco emisor más importante, es por supuesto, el Reino Unido.

España y Portugal se sitúan en una posición marginal, debido a sus dificultades de comunicación (terrestre), a la escasa o casi nula promoción de sus recursos turísticos, el escaso conocimiento de estos países en el exterior y la débil infraestructura hotelera.

A pesar de todos estos inconvenientes, se atisba la importancia que el turismo está cobrando y la necesidad de conectar la economía hacia esa corriente. Esto, desde luego, es visto con clarividencia por la iniciativa privada. Así pues, los primeros desvelos por el turismo estuvieron a cargo de los empresarios del sector turístico que apostaron por esta novedad. No hay que desdeñar la modesta actuación de las pequeñas sociedades locales de ciudades de España y Portugal, que con una temprana vocación turística, ya habían iniciado la promoción de sus localidades.

En el caso español, la nueva iniciativa ligada al turismo encontró un firme defensor en el círculo intelectual y político del regeneracionismo. El turismo podría ser una nueva actividad económica y corriente social que modificara la estructura tradicional criticada por esta corriente.

En el caso portugués, hay que subrayar el trabajo desarrollado por la *Sociedade de Propaganda de Portugal*, institución privada fundada en 1906 para la divulgación del turismo, en especial de la zona de Estoril, Lisboa y la isla de Madeira, enfocadas al turismo internacional. Esta sociedad creó una red nacional de *Sindicatos de Iniciativa e Propaganda local* que darían lugar más tarde a las Comisiones Municipales de Turismo, elementos de importancia en la estructura turística de Portugal.

En resumen, el enfoque de la política turística portuguesa se diferencia de la española en el periodo crucial, cuando se produce el gran despegue del turismo español. Hasta entonces hay una diferencia cuantitativa fruto de unas magnitudes territoriales y económicas, además de una mayor cercanía a los flujos emisores, pero en los años 60 el Gobierno Español realiza una apuesta decidida, a pesar de la clara reticencia de muchos sectores económicos, políticos y de la iglesia católica.

En los años 80, Portugal sufre muchos de los problemas que con anterioridad había padecido España, debido entre otros aspectos a la consolidación del país como potencia turística (5,5 millones de turistas extranjeros en 1986 y 8 millones en 1990):

- Excesiva dependencia hacia un número reducido de mercados turísticos (inglés, alemán y español).
- Sometimiento de la acogida turística a los touroperadores extranjeros.
- Desorden urbanístico y fuerte impacto ambiental, en el Algarve y zonas cercanas a Lisboa. Estrecha relación entre turismo y negocio inmobiliario.
- Síntomas de agotamiento del producto de sol y playa y poca diversificación.
- Fuerte concentración de la actividad turística en el Algarve, Madeira y Lisboa.

La planificación turística en los años 90 sigue un modelo tradicional basado en la potenciación de ejes, polos y regiones turísticas (en cierto modo parecido a las Zonas y Centros de Interés Turístico Nacional de los años 60 en España).

El desarrollo turístico portugués se verá afectado por la crisis de los años 90, igual que en España y no recuperará claramente hasta comienzo del 2000, todo ello a pesar de la fuerte inversión en eventos (EXPO-98).

Portugal había detectado la importancia de la generación de eventos culturales-promocionales para el desarrollo del turismo y la cultura, observando el éxito de acontecimientos (Exposición Universal de Sevilla, Olimpiada de Barcelona, Capitalidad Cultural de Santiago, Salamanca, etc.). Siguiendo esta línea, se decide

promocionar el país e impulsarlo por medio de grandes eventos que comenzarán en la década de los 90 y proseguirán en la siguiente década.

Entre estos hay que destacar la celebración de Lisboa como Capital Europea de la Cultura en 1994, que atrajo a 1,5 millones de visitantes y siguiendo esta estela, en 1998 se celebró la Exposición Internacional de Lisboa, dedicada a los océanos. En el 2001 se declaró Porto como Capital Europea de la Cultura, en 2004 celebración del Campeonato Europeo de Fútbol, 2012 Guimarães está propuesta como Capital Europea de la Cultura.

Para concluir, en 2007 se aprobó el Plano Estratégico Nacional do Turismo, el último documento de planificación de la política turística de Portugal (Ministerio de Economía, 2007).

Este pone de relieve la importancia económica de este sector (11% del PIB en 2004) y la necesidad de aumentar los ingresos, diversificar los productos, disminuir la dependencia hacia los mercados tradicionales, llevar el turismo a zonas poco explotadas, mejorar la formación de los recursos humanos y enfocar el turismo portugués hacia la calidad.

En cuanto al *Plan Estratégico*, este se apoya en cinco estrategias que presentan similitudes con el Plan 2020: destinos turísticos, marcas y mercados, cualificación de los recursos humanos, comercialización e innovación y conocimiento.

Para finalizar, decir que la apuesta española por el turismo ha generado un panorama y unas consecuencias diferentes en los últimos 30 años, en relación con el modelo seguido en Portugal.

Por un lado, en España la alianza con el sector inmobiliario ha generado unos espacios de ocio absolutamente únicos en el mundo, tanto por su extensión,

intensidad y madurez, como por los fuertes impactos ambientales y las economías generadas.

La creación de riqueza ha sido inmensa, tanto como los impactos ambientales.

La rehabilitación urbana y ambiental es uno de los grandes retos a los que se enfrentará España en las próximas décadas.

Por otro lado, la amplia experiencia en la administración de destinos turísticos ha favorecido la investigación en la planificación turística y en la gestión de los mismos. Se puede decir que se ha creado un conocimiento propio (*Know how*), fruto del continuo ensayo (acierto/error) en el campo turístico. Una parte importante de estos conocimientos y ensayos se observa en la planificación reciente de los destinos turísticos portugueses.

2. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se enmarca en el Programa POCTEP de Cooperación Transfronteriza España Portugal 2007-2013 y está co-financiado con fondos FEDER. La Fundación Pública Andaluza El legado andalusí lidera el proyecto y cuenta como socios con CECA (Confederación Empresarial de Comercio de Andalucía) en territorio andaluz, y la Dirección Regional de Cultura del Algarve, la Cámara de Silves y Tavira y la Asociación Defensa del Patrimonio Histórico y Arqueológico de Aljezur en territorio portugués.

La ruta discurre por tierras portuguesas a través de dos ramales, abarcando el ángulo suroeste de la Península Ibérica. Esta área geográfica posee una gran variedad

paisajística, por lo que es rica en espacios naturales, y cuenta también con un extenso patrimonio monumental.

Esta ruta cuenta con el gran atractivo al reunir en una misma zona geográfica -el sur de la Península Ibérica- dos países que históricamente compartieron una misma identidad política y cultural. Se puede palpar la continuidad histórica de los pueblos de las regiones del Alentejo y el Algarve en relación con Andalucía occidental, un área que se conocía bajo el nombre de al-Andalus, que, a partir de sus propias idiosincrasias, ofrecen al visitante el atractivo de sus rasgos culturales comunes visibles en la gastronomía, la artesanía y el patrimonio histórico monumental. Al mismo tiempo, este espacio turístico posee recursos similares y características comunes que coinciden con el perfil de la demanda internacional.

El planteamiento de esta ruta nace de la necesidad de ofertar un producto turístico complementario a los ya existentes y consolidados, como por ejemplo el turismo de sol y playa. El trazado de la ruta abarca un circuito que discurre también por el interior, cuya intención es promover el turismo rural y de interior, y el ecoturismo de manera sostenible, lo que habrá de repercutir en las economías locales, de las zonas generalmente alejadas de los circuitos turísticos tradicionales.

3. ESTUDIO CUANTITATIVO Y CUALITATIVO

3.1. CONCEPTUALIZACIÓN

El desarrollo de esta ruta se basa en el establecimiento de una línea de trabajo y de acciones conjuntas entre la región española de Andalucía y del Algarve portugués, que permita potenciar el sector del turismo cultural, natural y el interior entre el Algarve y Andalucía; un turismo de calidad basado en un desarrollo sostenible y de

respeto a la naturaleza. Bajo estas premisas el visitante podrá tomar conciencia de la preservación tanto del entorno natural como del legado histórico monumental, que en muchos casos ha sufrido el deterioro y la falta de atención por parte de las autoridades competentes. Revalorizar el legado cultural de una comunidad puede redundar en el beneficio económico, al constituir un activo que supone un elemento diferenciador respecto a otros destinos turísticos.

A través de la gestión de este proyecto se pretende promover el desarrollo de iniciativas privadas, empleo y formación de agentes para la gestión del turismo cultural y el eco-turismo, con la creación de nuevos servicios turísticos.

Los servicios turísticos asociados a esta forma de turismo ofrecen multitud de variantes, desde la formación de guías especializados, la publicación de material informativo sobre la zona (sea de carácter divulgativo o especializado), la producción artesanal, etc.

Del mismo modo, la toma de conciencia, tanto del público autóctono como de las autoridades competentes, de la importancia de un legado histórico patrimonial que hay que preservar, puede dar lugar a la necesidad de restauración de los monumentos que lo necesiten, lo que daría lugar a la actividad económica de otro sector más.

Dado que ambas regiones tienen una oferta muy similar, será de gran utilidad compartir las respectivas experiencias profesionales y conocimientos de ambas áreas geográficas, en la dinamización socio-económica de las localidades implicadas en el proyecto gracias a la reactivación del turismo transfronterizo. A través del intercambio de buenas prácticas se fomentará la creación y mejora de infraestructuras y servicios relacionados con el turismo cultural.

3.2. CONTEXTUALIZACIÓN

El contexto geográfico e histórico de estas dos regiones del sur de la Península Ibérica, permite el desarrollo conjunto de un producto de turismo cultural basado en la historia de al-Andalus, donde ambos países compartieron un mismo territorio.

Esta coyuntura geopolítica constituye una herramienta fundamental para dar a conocer la identidad cultural y la tradición histórica de la civilización andalusí, fortaleciendo la idea de una identidad común, de raíz y de pertenencia a dicha tradición, fomentando durante todo el proceso la participación ciudadana.

El contexto geográfico y cultural e histórico serán las bases sobre las que se sustenta la idea de una cooperación entre ambas regiones para permitir una mejor explotación del potencial turístico de la zona. Ambas regiones podrán beneficiarse del intercambio de experiencias, dada la similitud entre ambas de sus respectivas ofertas turísticas: turismo de sol y playa, cultural, gastronómico, ecoturismo, afluencia mayoritaria de su respectivo turismo nacional. Al mismo tiempo, cuenta con las mismas condiciones climatológicas y esto conlleva una estacionalidad del turismo. Así pues, ambas regiones tienen la necesidad de ofertas alternativas a la ya consolidada oferta de turismo de sol y playa, para combatir la desestacionalización.

El turismo cultural constituye un valor esencial para la promoción del turismo de esta zona, dada la importancia que tiene el patrimonio artístico y monumental.

Otra característica común que puede ayudar a prevenir la estacionalización es la gastronomía. Ambas regiones gozan de una gastronomía de reconocido prestigio; sus respectivas localizaciones geográficas, sitúan a ambas regiones en un enclave que aporta productos alimentarios tanto del mar como de montaña.

De forma paralela, el turismo puede favorecer el desarrollo económico de aquellas actividades directamente relacionadas con este sector tales como las artes tradicionales. La cerámica en ambas regiones es otro elemento común, si bien ambas creaciones artesanales tienen su particular impronta, y su fama es igualmente celebrada. El azulejo, por ejemplo, es un símbolo común de las artes decorativas en Andalucía y Portugal; un claro hilo conductor de la historia de ambas comunidades.

3.3. INGRESOS POR TURISMO E IMPACTO ECONÓMICO

En general, la actual situación económica, no sólo en la zona euro sino en gran parte del mundo, ha repercutido tanto en el sector turístico como en el resto de sectores. Esto afecta directamente al consumidor, tanto en sus hábitos de consumo, como en las cuantías del mismo.

Sin embargo, según datos de la Consejería de Turismo y Comercio a partir de ECTA e IECA, el sector turístico es el que mejor se ha comportado frente a la crisis económica, y se prevé que sea el primero que salga de ella, como demuestran los índices de crecimiento estimados en un 2,5%, en 2012, lo que supone 437,000 turistas más frente al del año anterior, y un incremento de medio punto, siguiendo en ascenso por segundo año consecutivo, con una tasa de crecimiento del 3,9%.

Este sector aporta un 12,3 % del PIB de Andalucía, y ha dado empleo a más de 320.000 personas. El impacto sobre la economía andaluza por ingresos del sector turístico es de 16,2 miles de millones de euros.

En Portugal, el turismo ha sido en 2013 la fuente principal de generación de empleo: un 30% del total de puestos de trabajos creados. El año pasado recibió 13,6 millones de turistas internacionales, un 8% más que el año anterior.

3.4. ESTRUCTURA DE LA OFERTA TURÍSTICA

Ante la premisa del posicionamiento del turismo como principal motor de desarrollo en estas dos comunidades, y al objeto de paliar un crecimiento incontrolado, se pretende la creación de productos turísticos de calidad, que estén basados en la sostenibilidad a partir de una oferta cualificada, con la formación necesaria de los recursos humanos, según establece el PRTA (Plan Regional de Turismo del Algarve), coincidente con el Plan de Desarrollo del Turismo Sostenible de Andalucía, lo que permite que ambas regiones puedan compartir las mismas líneas de actuación.

Basándonos en la oferta de plazas hoteleras a lo largo del año, ésta asciende en Huelva al 70% entre julio y diciembre. Por su parte, el Algarve posee más del 31% del total de la oferta hotelera de todo el país, lo que demuestra que es uno de los principales destinos turísticos. La inversión en infraestructuras de alta calidad de alojamiento e instalaciones para el ocio ha experimentado un notable incremento en ambas regiones, dado el proceso de crecimiento y desarrollo que éstas están experimentando.

Gracias a la diversidad geográfica del área que comprende el sur de Portugal y la parte Andaluza fronteriza con este país, integrada en la Ruta de al-Mutamid, el atractivo turístico es múltiple.

Cuenta con grandes valores medioambientales (tanto botánicos como zoológicos o geomorfológicos) y un gran potencial en recursos culturales. Esto convierte la Ruta de al-Mutamid en destino multiproducto.

El golf es otra de las principales actividades turísticas que ofrecen ambas regiones, y cuenta con una amplia oferta. Existe la tendencia alcista de integrar los campos de golf en grandes resorts de vacaciones o en grandes hoteles de lujo. En Andalucía, el golf se beneficia de un 10% de las acciones de promoción en el mercado exterior.

Ambas regiones son de tradición eminente marítima y marinera, lo que repercute en actividades de ocio y en las gastronomías propias del sector. En Andalucía, el sector de turismo náutico cuenta con una oferta: 10 puertos deportivos, con una capacidad de amarre que representa el 16% del total de la oferta andaluza. Este número de amarres de uso temporal para embarcaciones turísticas es insuficiente. La oferta de servicios de apoyo a los puertos deportivos es precaria, y la integración en las localidades próximas a estos es inexistente. El Algarve apenas cuenta con alojamientos en las zonas donde se practica el windsurf.

En la zona fronteriza andaluza, el turismo procedente de Portugal se beneficia de los sub-espacios geográficos de Huelva (costa, campiña, sierras). Sin embargo el turismo rural es el menos desarrollado tanto en esta zona de Andalucía como de Portugal dada la escasez de alojamiento. La más deficitaria es el Algarve, que representa un 3% de la oferta nacional.

En resumen, ateniéndonos al área objeto de estudio, el incremento de la oferta turística de Huelva de 2009 a 2013 ha alcanzado un 41,22%, y un 40% en el Algarve.

Estructura de la Demanda turística y distribución de los flujos turísticos

La totalidad del territorio andaluz es el destino favorito para los españoles, con una captación del 20,6% del total. Respecto al turismo extranjero representa un 11,2%, lo que le sitúa en un cuarto lugar respecto al ranking mundial, como sucede con el total de pernoctaciones, cuya cuota es del 14,6%.

El área de Andalucía correspondiente a la zona limítrofe con Portugal es la que mayor afluencia de turismo recibe es la Costa de la Luz, y en el Algarve las zonas que acusan una mayor afluencia de visitantes son Albufeira, y Loulé.

El 66% del turismo que visita el Algarve lo hace en los meses estivales, y los destinos preferentes son Lagos, Albufeira o Lagoa. Es turismo internacional en su mayoría, y su procedencia es principalmente Reino Unido, seguido de Alemania y por último España.

En Andalucía, la Costa de la Luz (Huelva) recibe un turismo mayoritariamente español, un 81%, que visita región durante los meses de verano. El turismo internacional comporta un 80% y procede de Alemania, Portugal y Reino Unido.

El tipo de alojamiento preferido en la zona andaluza es el hotel, con un porcentaje del 95%, con un aumento respecto al año anterior del 10%, mientras que en el Algarve la mayoría prefiere hoteles de tres y cuatro estrellas, con una cuota de turismo británico de un 35,6 %, seguido del turismo nacional. El turismo español es el que menor pernocta en el sur de Portugal.

En la parte andaluza, las estancias más altas son de una media de 3,52 días con un incremento en el tercer trimestre del año, mientras que en la región portuguesa la media mayor es de 11,3 días por persona.

El área Algarve-Andalucía que estamos analizando tiene una gran estacionalidad, que se mantiene en los meses con climatología más favorable (los meses centrales del año), si bien ha experimentado un ligero ascenso a causa de la crisis económica. Esto implica un desigual impacto en los mercados emisores. La estacionalidad incide en mayor medida en las zonas de litoral, motivado por el turismo de sol y playa verano, mientras que en el interior el flujo de visitantes se reparte de forma más uniforme.

En Portugal el turismo internacional, que comporta un 80%, entra por el aeropuerto de Faro tanto con destino a España como Portugal debido a la gran oferta e vuelos *low-cost*. Sin embargo, se ha experimentado un alza en el uso de vuelos chárter y convencionales. El principal medio de transporte utilizado por el turismo nacional y español es el coche.

Respecto a la forma de organizar el viaje, el 82,5% de los visitantes organizaron el viaje de forma particular, y un 17,5% lo hizo a través de intermediarios. De este porcentaje se extrae el 23,3% para los extranjeros y un 12,6 de españoles.

4. ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES

- Gran estacionalidad de la demanda en los meses estivales en las zonas costeras, y como consecuencia fluctuación de la oferta de plazas hoteleras en Huelva y el Algarve.
- Competencia con el turismo de sol y playa por la fidelización con la zona que mantiene el turista.
- Desarrollo precario del turismo rural y escasez de alojamientos en el Algarve.
- Competencia con destinos turísticos emergentes.
- Precariedad en los servicios complementarios al turismo del sector náutico y falta de integración de las localidades vecinas de los puertos deportivos.
- Escasa dinamización de las PYMES
- Falta de alojamientos en zonas donde se practica el windsurf.
- Escasa oferta de hoteles de 5* y proliferación de pequeñas estructuras de alojamiento en el Algarve.
- Mala conexión en el espacio entre la frontera España-Portugal por tren, autobús, autovías).
- Escasa articulación entre los agentes que intervienen en la gestión tanto a nivel técnico como administrativo y económico.

AMEAZAS

- La crisis económica
- Diferencias en las políticas culturales de ambos territorios.
- Falta de agilidad administrativa por parte de las instituciones locales para el desarrollo de los planes previstos.
- Imposibilidad de competir con destinos emergentes con similar oferta y existencia del *yield management* (guerra de precios) como Marruecos, Túnez, etc.
- Freno al desarrollo del turismo cultural por existir una oferta ya consolidada que no exige grandes inversiones públicas, como el de sol y playa.
- Escasez de inversión en alojamientos rurales por desestimación por parte de inversores y emprendedores.
- Falta de inversión en ofertas alternativas de turismo (ecoturismo, turismo cultural, etc.) debido a la inestabilidad económica.
- Inestabilidad en las líneas aéreas *low-cost* debido a las continuas fusiones, ventas de unas compañías a otras, etc. con el cambio de rutas aéreas, itinerarios o destinos.
- Destinos emergentes con gran capacidad de captación y enormes campañas de marketing.
- Reducción de la inversión de fondos públicos en las políticas culturales, que afecten a patrimonio histórico-monumental, mantenimiento de museos, dotación de personal cualificado, etc.

FORTALEZAS

- Creciente interés por el turismo de interior, naturaleza y cultural.
- Experiencia gestión turismo cultural
- Diversificación de ofertas en un área próxima que abarca dos países
- Incremento en el turismo nacional debido a la crisis económica.
- Climatología favorable.
- Oferta gastronómica de gran riqueza y variedad por sus recursos naturales de mar y montaña.
- Riqueza de patrimonio histórico- monumental.
- Belleza paisajística y existencia de zonas menos desarrolladas turísticamente basadas en recursos naturales, antropológicos etc.
- Variedad de recursos para crear ofertas complementarias al turismo tradicional.
- Turismo europeo residente (Países Nórdicos, Alemania Reino Unido, etc.).
- Posibilidad de destino multiproducto en una misma área: turismo náutico, golf, etc.

OPORTUNIDADES

- Beneficio de la promoción llevada a cabo por las autoridades e instituciones competentes, tanto a nivel nacional e internacional.
- Tendencia en alza del *short-break*, y las vacaciones no estivales de turismo nacional y de interior.
- Estrategias de formación y sostenibilidad para PYMES, ayuntamientos etc. lanzadas por las instituciones locales.
- Iniciativas de marketing *on* y *off line* lideradas por las instituciones competentes.
- Lanzamiento de programas institucionales para promover el turismo de interior y la desestacionalización.
- Desarrollo de las nuevas tecnologías (ventas y reservas *on line*).
- Interés creciente por el patrimonio histórico y de la preservación del medioambiente.
- Contribución a la integración de la población local, e implicación de los ciudadanos mediante la creación de renta y empleo.
- Impulso institucional para fomentar las economías locales, artes tradicionales y servicios turísticos complementarios.
- La masificación de las zonas del litoral, y la elección de turismo de interior que permita una experiencia
- Potenciar la complementariedad de recursos y segmentos.



Unión Europea
FEDER
Invertimos en su futuro



- Tendencia del turista a realizar viajes auto-organizados, eligiendo destinos, itinerarios y zonas alejadas de los circuitos tradicionales.

LA RUTA DE AL-MUTAMID POR ANDALUCÍA Y EL ALGARVE

DESCRIPCIÓN DE LA RUTA

Ruta de al-Mutamid

Aljezur, Sagres, Silves, Albufeira, Paderne, Loulé, Tavira, Huelva, Niebla, Almonaster la Real, Cortegana.

La Ruta de al-Mutamid recuerda al llamado rey poeta nacido en la ciudad portuguesa de Beja y que llegó a ser rey de la Taifa de Sevilla. Enamorado y erudito conoedor de la música y la poesía, su periplo vital lo llevó a ser gobernador de Silves antes de convertirse en señor de Sevilla.

La ruta es un recorrido apasionante que parte de tierras lusas y que, en sus dos ramales, abraza el ángulo suroeste de la península Ibérica. Paisajes muy diferentes hacen de ella una de las más ricas, no sólo en patrimonio monumental sino también en espacios naturales. Se puede palpar la continuidad histórica de los pueblos del Alentejo y el Algarve con relación a Andalucía occidental, pues hubo un tiempo en que toda esta zona del mundo se llamaba al-Andalus.

La Ruta se inicia en Lisboa, frente al Océano Atlántico, y acaba en Sevilla, dónde reinó su dinastía. El tramo que aquí presentamos empieza en la ciudad de Aljezur, que debió ser, en época musulmana, casi una isla rodeada por una laguna marina, y finaliza en Cortegana, en pleno Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche.

ITINERARIO

ALJEZUR

Vestigios del pasado prehistórico certifican la importancia de este municipio, sin embargo, es en el periodo de dominación musulmana (siglos VIII-XIII) del que se mantiene mayor esplendor arqueológico. Durante cinco siglos permanecieron en la región dejando sus costumbres y tradiciones que perduran hoy en día y de las que tenemos muestras en la artesanía o la gastronomía. Su situación, al noroeste de la Región del Algarve, en plena costa Vicentina, hace que sus características ambientales sean únicas. Su orla costera bien conservada, asociada a un paisaje y a una cultura tradicional hacen de Aljezur una parada obligatoria en la ruta.

SAGRES

En la esquina suroeste de Europa el antiguo *Promuntirium Sacrum* es un altiplano triangular, con vertientes marítimas cortadas por acantilados y cuyo vértice suroeste se bifurca en varios cabos, como el *cabo de São Vicente*, la *punta de Sagres* y la *punta de la Atalaia*. Los textos de la Antigüedad Clásica describen estos parajes como una *finisterra* envuelta en neblinas y sumergida en el misterio de las incertidumbres oceánicas.

Tradicionalmente, los naturales de esta región no se consideraban a sí mismos del Algarve, ni tampoco las poblaciones vecinas los tenían como tal. En esta región se conocen restos de asentamientos prehistóricos y destaca la impresionante cantidad de menhires del Neolítico.

El cabo fue ocupado por comunidades con una organización política más compleja y estratificada, y desde principios del 1000 a. C., estas comunidades entraron en

contacto con los mercaderes fenicios. Cuando los productos del entonces Extremo Occidente empiezan a atraer, de forma regular, a los navegantes del Mediterráneo, Sagres entra definitivamente en la historia y en la leyenda del Viejo Mundo como un enclave consagrado a los dioses. Se cuenta que en el siglo VIII y de acuerdo con esta tradición sagrada, los restos mortales de San Vicente Mártir fueron traídos desde Valencia y depositados en la Iglesia del Cuervo. Tres siglos más tarde, en 1443, Enrique el Navegante obtiene el permiso de la Corona para fundar una villa en Punta de Sagres.

SILVES

A 1 km. de la actual ciudad se sitúa el *Cerro da Rocha Branca* que, según los trabajos arqueológicos que en él se han efectuado, estuvo ocupado desde la Edad del Hierro hasta la época islámica. Se trataría de un puesto comercial de probable fundación fenicio-púnica, que mantuvo un carácter portuario a lo largo de las épocas romana e islámica, siendo por tanto el asentamiento más antiguo de la región, con un cierto carácter urbano. En el actual estado de la investigación histórico-arqueológica, no se comprueba que el cerro en el que se sitúa la actual ciudad de Silves haya tenido ocupación anterior a los siglos VII-VIII, lo cual lleva a concluir que es de fundación islámica. Ya en el siglo X hay referencias a su castillo, y es también durante el califato de Córdoba cuando la ciudad se convierte en capital de la provincia de *Ocsonoba*, hasta entonces liderada por la ciudad de Faro. Su rápido desarrollo se corresponde con su prosperidad económica, que no puede ser dissociada de la importancia de la construcción naval y de la dinámica de su puerto comercial. La ciudad alcanza su apogeo durante la fase de autonomía como reino taifa (1131-1068), que perdura durante el largo período en que integra en el Reino abbadí de Sevilla, con al-Mutamid como gobernador y figura fundamental de su historia. La fascinación que el rey poeta tenía por la ciudad de Silves y sus habitantes era tan grande que la retrata de una forma apasionada en su amplia obra poética.

ALBUFEIRA

La luminosa Albufeira se ciñe al mar. En la *al-Bubera* andalusí se construyen fortificaciones que la convierten en una importante defensa de los musulmanes frente a los cristianos. Sin embargo, en 1250 Alfonso III conquistó la villa con más de 200 caballeros y esta fue incorporada al reino del Algarve.

La muralla de la Medina rodeaba el casco antiguo, con sus callejuelas antiguas y su caserío. En su origen tenía tres puertas y nueve torres de las que hoy en día sólo se pueden contemplar una torre en ruinas, parte de la Puerta de Santa Ana y una torre defensiva de la puerta norte. Frente al Museo Arqueológico se conservan restos de la Alcazaba, que posiblemente tienen su origen en un *hishn* de época Omeya.

Por la *Rua Henrique Calado* se llega a la Misericórdia, institución fundada en 1499 como Hospital, Hospedería y Capilla, fue inicialmente templo de uso exclusivo para el Pazo de los Gobernadores. En el *Patio da Câmara* aún se pueden ver restos de un templo tardo-gótico, la Iglesia de Santa María, antigua parroquia de Albufeira que fue levantada en el mismo lugar donde antes se erigía la mezquita y que fue devastada por el terremoto de 1755. A propósito de la gastronomía de Albufeira, destacan naturalmente los sabores del mar, con una gran presencia de sardina, rodaballo, lenguado y marisco fresco.

PADERNE

El castillo de Paderne, situado a 2 kilómetros al sur de la localidad, forma parte del origen de la actual población.

Se trata de una fortaleza construida en el siglo XII para reforzar la línea defensiva del Algarve musulmán. Conquistado por los portugueses en 1248 y donado por el rey Dinis a la Orden de Avis en 1305, la población y su iglesia mayor se mantuvieron allí hasta que, a principios del siglo XVI, se trasladó desde el interior de las murallas a su

actual ubicación, donde se construyó un nuevo templo. El castillo fue abandonado y se fue deteriorando progresivamente hasta que en la antigua iglesia se dejó de oficiar definitivamente en 1858. A principios del siglo XVI, la población se trasladó desde su situación intramuros del castillo a la actual localidad.

El pueblo fue creciendo hacia el oeste de la nueva iglesia mayor, a lo largo de una calle recta –actual *Rua Miguel Bombarda*–, que se convirtió en el principal eje vial del centro primitivo de la localidad. Las transformaciones realizadas en la construcción del centro de Paderne y el crecimiento del área urbana reflejan, quizás de una forma más acentuada que en otras localidades de la región, las vicisitudes históricas del Algarve rural desde el siglo XVI hasta nuestros días.

LOULÉ

Situada en pleno corazón del Algarve, este municipio es uno de los mayores de la región y por él han pasado romanos, visigodos y musulmanes. *Al-Ulya* (Loulé) es descrita por primera vez en vísperas de la reconquista, en las crónicas de Ibn Saíd que la describen como una medina fortificada y próspera, perteneciente al Reino de Niebla y bajo el control de la Taifa de Ibn Mahfuz. El recinto amurallado de la Medina incluye la Alcazaba donde, bajo dominio cristiano, se instaló la *Alcaidaría*, los baños públicos (*bammam*) y la Mezquita, cuyo alminar es hoy la torre del campanario de la Iglesia de San Clemente. Fue en 1249 cuando Alfonso III con la ayuda de D. Paio Peres Correia, Caballero de la Orden de Santiago, conquista el Castillo de Loulé a los musulmanes, integrándolo en la Corona Portuguesa. En ese momento, en 1266, se concede a Loulé el título de *Vila*. En estos años, los musulmanes expulsados de la ciudad se asientan en las afueras dando lugar al Barrio de la Morería, en el que aún hoy, vemos sus calles estrechas y sinuosas.

TAVIRA

La historia de Tavira se pierde en el tiempo. Ciudad de múltiples tesoros, llena de rincones con encanto y atravesada por el río *Gilão*, permite que el viajero recorra su historia con tranquilidad. Sus veintiuna iglesias, de varios estilos arquitectónicos (gótico, manuelino, renacentista, *estilo chão* y barroco) son como una lección de Historia del Arte. Edificios civiles y militares notables se pueden observar en las dos orillas del río, unidas por un puente medieval de travesía obligatoria. Es imprescindible visitar el castillo musulmán y cristiano, con vistas al conjunto edificado, la sierra, el mar y la *Ria Formosa*. Una vez en la antigua alcazaba, se puede visitar también la cercana iglesia de *Santa Maria do Castelo*, construida sobre la antigua mezquita. Parte de la historia de la ciudad se encuentra materializada en sus museos y núcleos museológicos, que presentan una programación dinámica y se encuentran muy cerca del castillo. El paisaje natural del entorno de Tavira, integrado en el *Parque Natural da Ria Formosa*, tiene varios reconocimientos internacionales. Este sistema lagunar está delimitado por un conjunto de islas con playas paradisíacas como la de *Barril*, *Terra Estreita*, *Ilha de Tavira* o *Cabanas de Tavira*, que se pueden visitar haciendo una breve travesía en barco y aprovechando para observar las innumerables especies animales y vegetales que existen. Tavira es la comunidad representativa de Portugal de la Dieta Mediterránea, clasificada como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en 2013.

HUELVA

Al entrar en la ciudad de Huelva, se accede a una cultura milenaria. Bajo sus calles yace la civilización tartésica (siglos VIII a VI a. C.), y desde entonces su historia está unida a la extracción y transformación de minerales. La necrópolis de La Joya ha revelado la riqueza y antigüedad de la presencia de Tartessos. La *Beturia* romana abarcaba el territorio entre el río *Anas* (Guadiana) y el río *Betis* (Guadalquivir). La

Onuba Aestuarina, que citan Ptolomeo y Plinio, llegó a tener suficiente importancia como para acuñar moneda propia.

En el año 713 es conquistada por los musulmanes, que la llaman *Welba*, y esta denominación andalusí es la que ha perdurado; fue reino de taifa independiente hacia 1032, junto a Niebla, Silves y Saltés, con la dinastía de los Bekrías, señores de Huelva y Saltés.

Por sus calles aún se respira la atmósfera primigenia de los descubrimientos, pues aquí nació gran parte de la gesta americana, con fray Juan Pérez y fray Antonio de Marchena que, desde el monasterio de la Rábida alientan los esfuerzos de Colón; las naves que parten, sin saberlo, hacia el Nuevo Mundo, son onubenses, así como gran parte de su tripulación.

En 1833, Javier de Burgos nombra a la ciudad capital de la provincia del mismo nombre, y este hecho, junto a la llegada a Riotinto de compañías mineras inglesas en 1873, sitúa a Huelva en un proceso de desarrollo demográfico e industrial que durará siglo y medio. Entrado el siglo XXI, Huelva se nos presenta como una ciudad abierta, dinámica en la que las compras, la cultura y su prestigiosa gastronomía se dan la mano para hacer de su visita una experiencia a repetir.

NIEBLA

Cuando Niebla es ocupada en 713 por los musulmanes pasó a ser una provincia de su demarcación territorial, una *cora*. La ocupación musulmana acabará con el asedio de Alfonso X a la ciudad, que terminará cayendo en 1262, y durante el cual, según dicen, se utilizó la pólvora por primera vez en Occidente. Aún se conserva el alminar del siglo XI de la antigua mezquita, sobre la que fue construida la iglesia de Santa María de la Granada en el siglo XIII. Una pequeña puerta en arco de herradura da paso al Patio de Abluciones, anexo al templo. Junto a la Puerta del Socorro, encontramos la

iglesia de San Martín. Levantada en la primera mitad del siglo XIII, en ella destacan su capilla con la imagen del Señor de la Columna, el ábside y la portada en arco de herradura. Del primer recinto de murallas de época islámica perduran restos en el Desembarcadero, y se conserva casi por completo el último perímetro de murallas edificado sobre el musulmán, excepto al noroeste, donde se destruyó la alcazaba para levantar el Castillo de los Guzmán.

Don Enrique de Guzmán, segundo duque de Medina Sidonia y cuarto conde de Niebla, derribó el alcázar viejo y construyó un gran palacio, respetando gran parte del anterior y reconstruyendo la Torre del Homenaje, que fue la segunda torre en altura de toda Andalucía, hasta su destrucción en 1755.

ALMONASTER LA REAL

A la Edad del Bronce (3.000 a.C.) se remontan los primeros vestigios de poblamiento en esta zona de la Sierra. El origen del municipio parece encontrarse en un primitivo establecimiento religioso visigodo hallado junto al castillo.

No será hasta el siglo IX cuando encontremos la primera cita documental sobre Almonaster. Su actual denominación procede del término árabe *Al-Munastyr*, usado por los musulmanes para designar los templos cristianos antiguos.

En esta época se construye la mezquita, auténtico símbolo de la ciudad. Tras permanecer bajo la tutela de los arzobispos de Sevilla casi tres siglos, se convierte en Villa de realengo a partir de 1580, añadiendo “la Real” a su toponímico.

El casco urbano de la Villa está declarado BIC y su importante patrimonio histórico, artístico y etnológico, le hacen ser uno de los municipios más importantes de la comarca. Almonaster la Real es tierra de jamón y de carnes ibéricas, aunque no hay que perder la ocasión de probar el queso de cabra, o de adquirir la miel, el vino tinto y el anís que se elaboran en el pueblo. Cada mes de octubre se celebran las “Jornadas

de Cultura Islámica”, que se han convertido en una cita cultural ineludible en el calendario de la ciudad.

CORTEGANA

Durante el período de al-Andalus, el geógrafo al-Himyari se refiere a esta población como Carstana. En los fueros que Alfonso X el Sabio confirmó el 10 de agosto de 1284, Cortegana es nombrada como villa de Sevilla. Su fortificación, y la construcción del castillo, son fruto de las disputas entre Castilla y Portugal por la sierra, a fines del siglo XIII y principios del XIV. Este castillo se alza sobre un cerro a más de 700 metros de altura, y en su zona oriental alberga la ermita de Ntra. Sra. de la Piedad. El patio de armas es de pequeñas dimensiones, y el alcázar, de dos plantas, está formado por un gran bloque en forma de trapecio, en cuyo ángulo sureste se alza la torre del Homenaje. El castillo tiene 40 metros de longitud, con cuatro torres rectangulares y una semicircular. La iglesia, situada en el centro de la población, ocupa el espacio de una antigua iglesia mudéjar del siglo XIV, y fue construida a finales del XVI. Es más fácil trasladarse con la imaginación a la época en que se construyó el castillo visitando Cortegana en agosto, cuando se celebran sus Jornadas Medievales, las más antiguas de Andalucía y una de las más importantes de España, durante las cuales los vecinos y visitantes se visten de artesanos, juglares o caballeros, y disfrutan de los famosos Conciertos de Música Celta (Festival Internacional) con importantes grupos a nivel mundial.