

HUELVA
LALUZ

Grupo de la Luz

Patronato Provincial de turismo | Universidad de Huelva

Un esfuerzo multidisciplinar para reforzar
la marca de un destino turístico



El sentido y la oportunidad de la luz

Bajo el auspicio del Patronato Provincial de Turismo de Huelva, un grupo de investigadores de la Universidad de Huelva de campos científicos tan diversos como la salud, la biología, la física, la geografía, la historia del arte, la expresión plástica, el marketing están trabajando en un proyecto integrador con el fin de alimentar de argumentos científicos, técnicos y artísticos la

marca turística del destino 'Huelva, la Luz'. De esta forma se contribuirá a fortalecer la marca a partir de contenidos comercializables en torno a la luz de Huelva.

Los datos científicos sobre la influencia de la luz en la provincia certifican el sentido de este trabajo.

Así, el reflejo de estos abrumadores

-
- ▶ Huelva disfruta del número medio días despejados más alto de España, en concreto, 156.
 - ▶ Máximos nacionales en días despejados (de febrero a noviembre).
 - ▶ Cuenta con el número de horas de sol anual más alto de la Península (2.998) y con el máximo nacional entre los meses de abril y septiembre.
 - ▶ También disfruta de los máximos europeos (sólo superada por el Algarve en los meses de agosto y octubre)
 - ▶ El número medio de horas de sol mensual es entre 2 y 5 veces la cantidad en los mercados del norte de Europa.

datos se ha dejado sentir en las encuestas de satisfacción de los turistas, según las cuales la luz es el elemento más valorado de la provincia, lo que revela que este atributo es un argumento muy poderoso para la atracción de clientes y un recurso comercializable, a través del que organizar estrategias de comunicación. Según los estudios de satisfacción del turista, la luz alcanza

una valoración media desde el año 2004 al 2006 de 8,17 puntos sobre 10, siendo así la mayor puntuación obtenida de entre todos los atributos considerados por los visitantes.

El objetivo del Patronato Provincial de Turismo y de la Universidad de Huelva es convertir a la provincia de Huelva en un destino turístico en el que la luz sea el gran paradigma.



¿Qué es el Grupo de la Luz?

Bajo la premisa anterior, el Patronato Provincial de Turismo y la Universidad de Huelva constituyeron el 27 de julio de 2006 el 'Grupo de la Luz', el primer grupo interdisciplinar para estudiar la luz de Huelva, con la colaboración de la Delegación Provincial de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía.

El Grupo de la Luz quiere ser un referente

nacional en la aplicación de la interdisciplinariedad al turismo para el desarrollo de la marca 'Huelva, la Luz', una herramienta al servicio del sector turístico y la sociedad onubense para la consolidación y el desarrollo de dicha marca. Y quiere construir un discurso articulado, potente y atractivo en torno a la luz de Huelva, como vía para fortalecer el contenido y significado de la marca del destino.



Reunión del Grupo de la Luz.

¿Quienes impulsan el Grupo de la Luz?

Dirigen este grupo mixto:

- ▶ **Alfonso Vargas Sánchez**, catedrático del Departamento de Dirección de Empresas y Marketing de la Universidad de Huelva.
- ▶ **Javier Blanco Herranz**, gerente del Patronato Provincial de Turismo de Huelva y miembro del Consejo Español de Turismo.

Junto a ellos se encuentran trabajando siete profesores de la Universidad de Huelva que encabezan cada una de las temáticas de estudio:

- ▶ Salud: **Carlos Ruiz Frutos**, doctor en Medicina y Cirugía y profesor titular de la Universidad de Huelva.
- ▶ Biología: **Rafael Torronteras Santiago**, doctor en Ciencias Biológicas y profesor titular de la Universidad de Huelva.
- ▶ Física: **Federico Vaca Galán**, doctor en Física y profesor titular de la Universidad de Huelva.
- ▶ Geografía: **Francisco Javier García Delgado**, doctor en Geografía e Historia y profesor ayudante de la Universidad de Huelva.
- ▶ Historia del Arte: **José María Morillas Alcázar**, doctor en Geografía e Historia, sección
- ▶ Historia del Arte, y profesor titular de la Universidad de Huelva.
- ▶ Expresión Plástica: **Mohamed Samir Assaleh Assaleh**, doctor en Bellas Artes y profesor contratado.
- ▶ Marketing: **Juan José Albedín Moya**, doctor en Ciencias Económicas y Empresariales y profesor titular de la Universidad de Huelva.



Estructura del trabajo

El proyecto se inició estructurándolo en dos etapas:

1.- La primera para configurar los perfiles de la piedra angular, es decir, los contenidos o argumentos que podrían configurar la marca 'Huelva la Luz', que darían pie a identificar segmentos y productos turísticos en los que posicionarse (turismo de salud, turismo de naturaleza, turismo cultural, etc.) y mensajes en los que apoyar ese posicionamiento y, en definitiva, toda una acción comercial ordenada, planificada a partir de las potencialidades de la marca.

2.- Y la segunda para testar esos posibles contenidos o argumentos con los propios turistas, verificando así su idoneidad en el sentido de averiguar en qué medida responden a sus expectativas, a sus motivaciones, a sus criterios de compra; cómo le suscitan atractivo y pueden ser determinantes a la hora de elegir el destino.





Física

Desde el punto de vista de la física se recopilan los datos objetivos que hagan posible medir, analizar y estudiar los parámetros físicos que caracterizan las principales propiedades de la luz de Huelvad. Por lo que las acciones se basan en dar a conocer las principales características de la luz de Huelva. El estudio consiste en establecer el número medio de horas de sol anuales, el número de días nublados y la claridad del cielo, las condiciones de 'confort de la luz', así como oro tipo de magnitudes, parámetros y componentes ambientales (índice UVA, plurimetría, humedad, temperatura, sensación térmica, régimen de brisas, etc.)

Finalmente, se planeta buscar herramientas y técnicas que permitan que los datos y resultados más relevantes sean accesibles al público en general.

Estos datos experimentales se recogerán de diferentes bases de datos existentes en la zona

de estudio: estaciones del Instituto Nacional de Meteorología, estaciones de la Junta de Andalucía y datos aportados por la Estación de Sondeos Atmosféricos 'El Arenosillo' del INTA de Huelva.

Salud

Desde la salud pública se trabaja en la extracción de conclusiones de los estudios científicos que relacionan la luz natural con diferentes aspectos de la salud del ser humano. Se trata de investigar el papel de este recurso como un fenómeno beneficioso. De esta forma, se incide en los aspectos saludables de la misma, sus acciones positivas sobre los sistemas nervioso, endocrino-metabólico y sistema inmunitario.

En este apartado, se trabaja en la búsqueda de un medicamento cuyo principal componente es la luz de Huelva ante los beneficios que puede reportar para muchas enfermedades.



Biología

El estudio se basa en argumentos científicos acerca de los efectos beneficiosos de la luz sobre la vida y la biodiversidad de la provincia. Así, se definen los ecosistemas más representativos en función de las horas de luz incidente y la calidad de la misma. Partiendo de este estudio se diseñarán guías lúdico-didácticas de la naturaleza y de los paisajes onubenses, recogiendo rutas biocromáticas.

Entre otras acciones, se elaborará una guía de senderos de la naturaleza -para ser realizados a pie- señalando los aspectos más relevantes con respecto a la biodiversidad animal y vegetal. También se confeccionará una base de datos paisajística sobre una concepción basada en los elementos luz/color/vida con un registro fotográfico estacional. Asimismo, se incidirá sobre los usos tradicionales de los recursos naturales desde un sentido etnobiológico.



Geografía

Desde el análisis geográfico se vincula la luz con el territorio a través de tres ejes:

- 1- Determinar los momentos de confort climático para los diferentes tipos de actividad turística.
- 2- Evaluación de las actividades al aire libre que podría realizar el turista de forma confortable, según las estaciones del año.
- 3- Evaluación de la sostenibilidad de las actividades al aire libre en función de su impacto sobre el medio.

Desde esta disciplina se propone analizar las variables propuestas para el confort climático y las correspondientes actividades al aire libre según las estaciones del año, pasando de los datos cuantitativos a datos cualitativos obtenidos de encuentros selectivos (en grupos de 5 a 6 personas) realizados con el sector turístico (público y privado –con especial interés en las empresas de actividades al aire libre–).

Por otra parte, se propondrá el establecimiento de indicadores de sostenibilidad básicos en torno a las actividades que se proponen, lo

que arrojará una serie de datos cuantitativos.

Los resultados de estas dos actuaciones llevarán a la celebración de una reunión científica y la creación de un foro de expertos (trabajo en red) en climatología y actividades turísticas, con la emisión de un informe que argumente las actuaciones positivas a realizar, así como crear una base para las actividades a testar y desarrollar desde el Marketing.



Historia del Arte

El trabajo consiste en la puesta en valor de la relación de la luz de Huelva con los recursos patrimoniales de la provincia, como por ejemplo la influencia de la luz en la prehistoria, como se refleja en las rutas dolménicas, o en manifestaciones artísticas, como la pintura. De esta forma, se realizará un estudio de aquellos artistas que se han ocupado de la plasmación en su obra de la luz. En este sentido, se procederá al análisis de determinadas obras. El punto central del estudio será la figura de Joaquín Sorolla y Bastida (1863-1923) y su experimentación sobre los efectos de la luz en el paisaje onubense. Su estancia en tierras onubenses, en relación con Juan Ramón Jiménez y la influencia en artistas como Santiago Martínez. Paralelamente se investigarán otros pintores que han representado la luz en Huelva. Se confeccionará un listado-base de datos sobre estos autores como antesala de una posible ruta de los pintores de la luz. En una segunda fase se planteará el contraste de argumentos y contenidos para relacionar la luz de Huelva con la pintura a través de un simposio en el que se estudie y reflexione sobre el modo más conveniente de asociar determinadas marcas y figuras a la marca 'Huelva la Luz'. Para el desarrollo de esta metodología se procurará la participación de los museos y pinacotecas de la capital y la provincia.

Expresión Artística

Desde la expresión plástica se incidirá en valores asociados a la luz como la paz, la convivencia, el progreso, llevados a la realidad onubense y a sus distintas manifestaciones plásticas, comenzando por la fotografía. El objetivo es investigar a nivel artístico el papel que desempeña la luz en la práctica artística como elemento que estimula y como protagonista en el aspecto formal y conceptual de la creación en las artes plásticas de la provincia de Huelva.

Se desarrollarán experiencias de investigación artística relacionadas con los datos, conclusiones y aportaciones realizadas y obtenidas por las áreas de física, biología, geografía y salud. Para ello se invitará a prestigiosos investigadores del campo de la creación e investigación fotográfica. A cada uno se le asignará una zona geográfica de Huelva, al objeto de presentar unos datos científicos que respalden la teoría sobre la importancia de la luz en la expresión artística.

Marketing

La piedra angular del estudio científico es el marketing. Por ello, todas las propuestas analizadas y aprobadas se pondrán en valor mediante una estrategia de marketing que permita potenciar la comercialización de la marca turística 'Huelva, la luz'.

Desde el marketing se analizarán los elementos que puedan influir en la mejor definición de la marca 'Huelva, la Luz'. Asimismo, se estudiará el conocimiento, la valoración y la percepción de la marca dentro de la sociedad onubense. También se revisarán los estudios y experiencias que vinculen la luz con segmentos como el turismo de salud, el turismo de naturaleza, el turismo activo y outdoor, así como el turismo cultural.

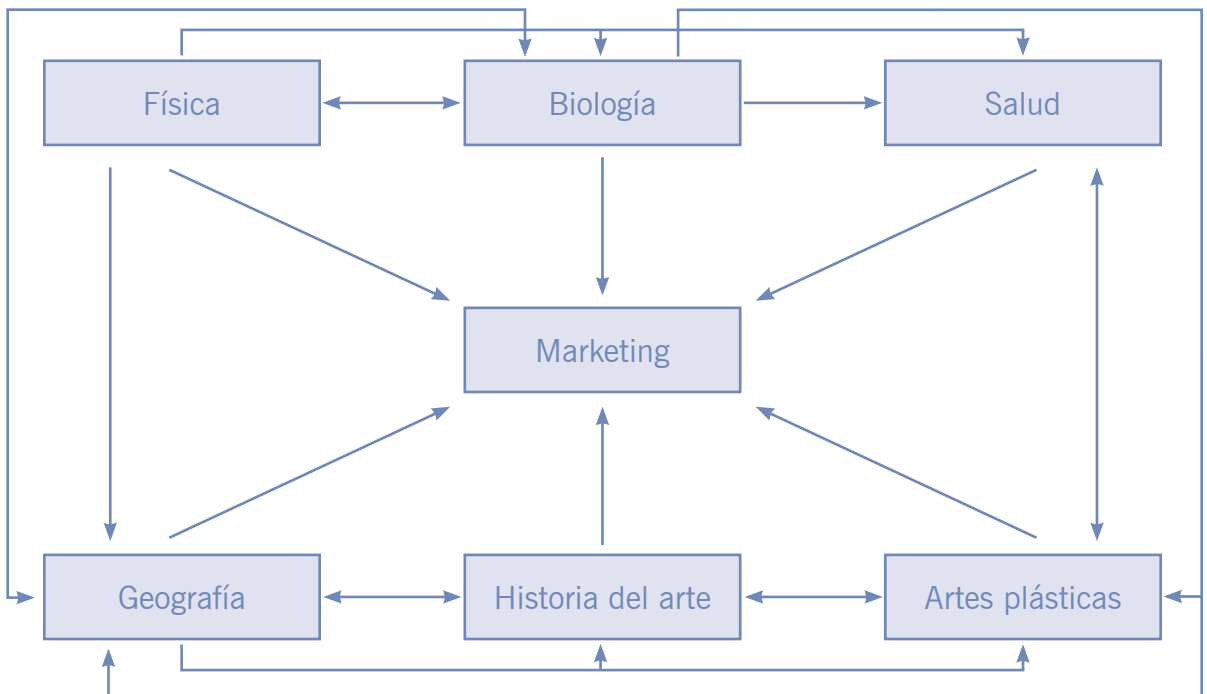
El objetivo del trabajo es explorar sobre las variables que, a juicio de expertos y agentes implicados, son fundamentales en la percepción de la marca turística del destino 'Huelva, la Luz'. A tal fin, la metodología que se propone es de carácter cualitativo, a través del debate en mesas de trabajo sobre aspectos relacionados con la imagen de marca del destino y de las que formarán parte expertos universitarios en materia de turismo, responsables de administraciones públicas en este sector, responsables de empresas turísticas, residentes y turistas para que transmitan su valoración.



¿Qué líneas de trabajo desarrolla el Grupo de la Luz?

En la actualidad, el grupo trabaja en distintas líneas de acción sectoriales. La comercialización e investigación de mercados (marketing)

ha de ser el vínculo que dé sentido y conecte el conjunto de acciones sectoriales, entre sí y con el entorno.



Un trabajo continuo

Una vez que los estudios científicos den sus primeros frutos se procederá a la elaboración de un documento de conclusiones y de propuestas de actuación, que serán presentadas tanto en foros académicos como sectoriales. También se procederá a la publicación de la memoria completa de los trabajos realizados y de elementos divulgativos para la ciudadanía.

Otra actuación será la de planificar una exposición itinerante documentada con una publicación de los contenidos relacionados con los resultados obtenidos.

Uno de los primeros frutos de la relación entre el Patronato Provincial de Turismo y la Univer-

sidad de Huelva ha sido la convocatoria del I Concurso de Fotografía 'Huelva, la Luz', en diciembre de 2007 en el que han participado 70 obras en torno a las emociones y la belleza de la luz onubense.

Las obras ganadoras contribuyen con el desarrollo de la marca, con su presencia y exhibición en ferias turísticas y otros soportes promocionales.

El Grupo de la Luz trata de implicar más estrechamente en sus trabajos y propuestas al sector privado, especialmente al relacionado con la actividad turística, llevando a cabo iniciativas para ensanchar el marco de cooperación.



www.turismohuelva.org



patronato provincial
de turismo
HUELVA
convention bureau



Andalucía

