

Desarrollo sostenible en Doñana

Vicente Granados
Universidad de Málaga.

Carlos Román
Universidad de Sevilla.

1. CONTENIDO.

El Parque Nacional de Doñana es, probablemente, el espacio natural protegido sobre el que existe mayor literatura científica –y no científica– en el mundo.

Ello se debe, no sólo a que sus especialísimas características medio-ambientales hacen de él uno de los últimos baluartes ecológicos de Europa, sino a que se ha convertido, por razones de muy diversa naturaleza, en algo más que un símbolo de la lucha conservacionista. Las tensiones políticas y sociales que Doñana provoca carecen de precedente y de parangón.

Tales tensiones explican, en buena medida, la decisión adoptada conjuntamente por la Comisión de las Comunidades Europeas, la Administración Central española y el Gobierno regional andaluz de convocar a un grupo de expertos para que trabajasen en el diseño de una estrategia de desarrollo económico sostenible en el entorno de Doñana, cuya población alcanza los 150.000 habitantes.

El planteamiento teórico que se expone en el presente trabajo está en la base de las propuestas formuladas en el Dictamen final* de la Comisión de Expertos** a la que acaba de aludirse.

* Comisión Internacional de Expertos sobre el Desarrollo Económico del Entorno de Doñana: **Dictamen sobre Estrategias para el Desarrollo Socioeconómico Sostenible del Entorno de Doñana.** Junta de Andalucía. Sevilla, 1992.

** La Comisión estuvo compuesta por las siguientes personas: Manuel Castells (Coordinador), Josefina Cruz, Emilio Custodio, Francisco García Novo, Jean-Paul de Gaudemar, José Luis González Vallvé, Vicente Granados, Ana Magraner, Carlos Román, Michael Smart y Eddy van der Maarel.

2. CRECIMIENTO ECONOMICO Y MEDIO AMBIENTE.

No han sido necesarios muchos años para que el conflicto entre crecimiento económico y conservación del medio ambiente dejase de ser un tema –más o menos exótico– de discusión en los cenáculos académicos y se haya convertido en uno de los grandes retos de nuestro tiempo. Una medida de la preocupación del hombre de la calle por este asunto la da el hecho de constituir un elemento decisivo en la estrategia electoral de la gran mayoría de los partidos políticos de Occidente, siempre atentos al veredicto de las urnas.

En poco tiempo se han quemado etapas para pasar desde la mera toma de conciencia del problema ecológico, hasta llegar, en según qué casos, a poner en tela de juicio la misma supervivencia de la especie humana. En una primera fase los países más desarrollados reaccionaron ante la gravedad del problema protegiendo su propio medio ambiente con normas estrictas que prohibían la realización, en su territorio, de actividades agresivas. Muchas de esas actividades fueron desplazadas a otros espacios, menos desarrollados, donde la sensibilidad ecológica era menor o la legislación más permisiva. Pero hoy, en los países desarrollados ya se tiene conciencia de que la destrucción del medio ambiente no es tolerable, ni siquiera en los países subdesarrollados. La deforestación de la Amazonia o del Sureste Asiático, afecta a la calidad de la vida en los Campos Elíseos o en la Quinta Avenida. Y, además, la preocupación al respecto es mayor en Francia o en los Estados Unidos, que en Brasil o en Vietnam.

Y no es que la sensibilidad ecológica sea directamente proporcional a la distancia, sino que, en tantos casos, lo es al nivel de renta. En este sentido la defensa del medio ambiente es entendida como un lujo que sólo los pueblos que tienen garantizada su subsistencia inmediata pueden permitirse. Comprensiblemente los seres humanos tendemos a conceder mayor prioridad a nuestra propia existencia que a la de los hijos de nuestros hijos. He ahí la raíz del conflicto actual entre los dos procesos enfrentados: el de elevación del nivel de vida material de los seres humanos y el de protección del medio en el que esa vida se desenvuelve.

3. EL CONFLICTO EN DOÑANA.

El caso de Doñana es un ejemplo emblemático no solo de tal enfrentamien-

to supuestamente irreductible, sino también de cómo la manipulación política del mismo puede provocar la crispación social de los habitantes de un espacio privilegiado y, por ello mismo, de alto riesgo ecológico. En efecto, las muy peculiares características de Doñana (situación geoestratégica, clima, litoral, dunas, fauna, flora, etc.) explican la excepcionalidad de sus ecosistemas y justifican el reconocimiento universal de su extraordinario valor como uno de los últimos paraísos ecológicos de Europa.

Pero Doñana es también el núcleo central de un espacio económico atrasado, cuyo escaso nivel de desarrollo no satisface las aspiraciones de sus habitantes. Se trata de una zona de reciente ocupación, en la que aún no se ha configurado una unidad socioeconómica y funcional mínimamente articulada: el Parque y los municipios de su entorno no constituyen un conjunto espacial y económicamente vertebrado. La estructura económica está compuesta por un mosaico de actividades de escasa –y, algunas, de nula– entidad, caracterizadas, fundamentalmente, por su diversidad, inestabilidad y desconexión. No hay entre ellas vínculos importantes que garanticen efectos de arrastre por relación de complementariedad.

La estructura empresarial es débil y se caracteriza por el predominio de pequeñas unidades de producción, buena parte de las cuales son de tipo familiar y, en ocasiones, informal y sumergida. Las empresas mayores, que operan en mejores condiciones de competitividad y rentabilidad constituyen auténticos enclaves, y el empleo que generan afecta al mercado de trabajo local de manera marcadamente estacional.

No obstante, algunas actividades han alcanzado un cierto nivel de "eficacia coyuntural" que explica, en buena medida el que la situación económica no haya sido crítica. De hecho, el nivel de bastantes indicadores –renta y empleo, por ejemplo– está por encima de los promedios andaluces. Entre esas actividades destacan dos en particular: la construcción (vinculada al boom turístico) y la agricultura intensiva (el caso del fresón es el más representativo). Son precisamente éstas las que proporcionaron alguna cobertura a los habitantes de la zona en el periodo de crisis generalizada de los años setenta, que hizo sentir aquí sus efectos con menor intensidad que en otros puntos del espacio regional, aunque siguen subsistiendo, lógicamente, los obstáculos y estrangulamientos básicos. Justamente, la situación se agrava y el conflicto se agudiza, a finales de la década de los ochenta, cuando los modelos de funcionamiento de esas dos actividades principales entran en crisis. Pero, por paradójico que pueda parecer, siguen siendo la producción agraria y su transformación indus-

trial, unida a la reorientación esencial del turismo, las bases sobre las que puede montarse la estrategia de desarrollo de un espacio económico de las características del que nos ocupa.

En cualquier caso, los obstáculos y estrangulamientos a los que acaba de aludirse son la consecuencia directa de la escasa dotación de capital físico y humano de la zona, y tienen carácter tanto territorial e infraestructural, como productivo-comercial. Las principales limitaciones de la estructura productiva pueden sintetizarse del modo siguiente:

Una agricultura tradicional, con un sistema de explotación eminentemente minifundista y las correspondientes implicaciones de excesiva atomización en parcelas, que dificulta la mecanización e impide el aumento de rentabilidad por esa vía. De otra parte, la escasa innovación tecnológica limita la adopción de variedades con mejores rendimientos y calidad, más adecuadas a las exigencias del mercado. El cultivo del arroz constituye, claramente, la excepción de esta situación.

El uso excesivo e indiscriminado de recursos naturales en los nuevos sistemas de agricultura ha provocado grandes deterioros y, en ocasiones, situaciones difícilmente reversibles, en cuanto a contaminación de acuíferos, erosión, desforestación, etc.

Esta nueva agricultura ha significado, desde el punto de vista económico, importantes inversiones solamente rentables en producciones a gran escala y, por consiguiente, en las mayores empresas instaladas, en tanto que la pequeña empresa familiar no ha resultado un modelo adecuado para tales actividades, por carecer, en muchos casos, de la capacidad técnica y empresarial necesarias, así como por la debilidad de la organización productiva y comercial. De otra parte, el carácter de monocultivo ha determinado una fuerte dependencia de las fluctuaciones del mercado.

Dentro del sector primario, otras dos actividades tienen la consideración de complementarias y/o marginales: la ganadería y la pesca. La primera tiene escasa entidad, tanto cuantitativa como cualitativa, y no se distribuye homogéneamente por todo el ámbito espacial, sino que se localiza en municipios muy concretos, limitándose al ganado vacuno y caballar y, dentro de cada uno de ellos, a una sola especie.

La pesca se realiza, fundamentalmente, y sin control alguno sobre el

esfuerzo pesquero, en el Río Guadalquivir y se limita también a un reducido número de especies con interés comercial, dado que el deterioro medioambiental y la sobreexplotación han provocado la extinción de otras.

La acuicultura, luego del auge inicial propio de una actividad emergente (favorecida, además, por su consideración de prioritaria en los programas nacionales de I+D), se ha estabilizado tras los primeros errores de planteamiento (elección de terrenos, de especies, de financiación, comercialización, etc.). Sus limitaciones son las propias de un sector nuevo, con grandes incertidumbres en el paso de la investigación a la producción industrial.

La actividad industrial es escasa y poco diversificada, llegando a ser por completo inexistente en muchos municipios y, en cualquier caso, caracterizada por un muy bajo nivel tecnológico. Además, está desconectada de la producción primaria, lo que significa que el grado de transformación de ésta es muy bajo y, en su mayor parte, sale de la zona como materia prima para ser procesada en otros espacios, en los que se realiza la mayor adición de valor.

El sector turístico se ha desarrollado a partir de un modelo fuertemente especulativo que ha determinado una gran presión y agresión a los recursos naturales y paisajísticos, al tiempo que presenta los problemas típicos de estacionalidad en la generación de empleo y crecimiento coyuntural, sin llegar a consolidar un proceso de aprovechamiento autosostenido y ordenado de los especiales recursos y atractivos que posee la zona.

Básicamente el desarrollo turístico ha seguido una dinámica de formación espontánea, que ha condicionado el uso y la especialización del territorio. Sin embargo, –y paralelamente a este fenómeno– ha ido creándose una serie de servicios turísticos, en torno a las actividades del Parque Nacional, que ha surgido como consecuencia del desarrollo de una conciencia ecológica nacional e internacional, así como de la pretensión de contribuir a la protección y conservación del mismo. Esta nueva línea de desarrollo turístico, en la que prima el factor ecológico-naturista, tiene en la actualidad un gran potencial de crecimiento que, en principio, es incompatible con el proceso de desarrollo urbano y turístico existente y con las premisas conservacionistas que son dominantes hasta el momento presente.

Los canales de comercialización existentes, tanto para los productos de la agricultura –tradicional o nueva– como de la industria, distan mucho de constituir un sistema bien establecido, capaz de garantizar un mínimo de competi-

vidad en el mercado, problema que se agrava por la escasa dotación infraestructural y que extiende sus consecuencias a la esfera de la producción.

Una importante limitación adicional de especial relevancia y que se constata de manera generalizada, es la insuficiencia del capital humano, tanto por lo que se refiere a la capacidad empresarial, cuanto a la cualificación de la mano de obra y, en general, al muy bajo nivel cultural medio de la población autóctona. La solución de este problema es absolutamente crucial para el éxito de cualquier estrategia de desarrollo en la zona.

Desde hace algunos años la situación económica ha empeorado como consecuencia de los problemas que afectan a las actividades básicas del área. De una parte la crisis de un turismo exclusivamente basado en la fórmula convencional sol-playa y caracterizado, además, por la baja calidad del producto ofrecido y, de otra, la aparente saturación del mercado de la fresa, no permiten seguir confiando en la viabilidad del modelo económico actual, cuya neutralidad ecológica, de otra parte, deja todo que desear.

La amenaza de una recesión, unida a la existencia de un recurso excepcional que puede ser usado inadecuadamente –en el sentido de traducción irresponsable de sus valores medioambientales a términos de mercado puramente especulativos– es razón bastante para plantearse con seriedad el futuro ecológico de Doñana. Y el económico de los habitantes de su entorno. Porque las admoniciones no son realistas no basta con insistir ante ellos en el alto valor del lince como especie en riesgo de extinción. Su propia extinción les preocupará más que la del lince. Carece de sentido prohibir la realización de actividades económicas que puedan ser agresivas para el medioambiente y no ofrecer, en cambio, ninguna otra alternativa. Mas que carecer de sentido es un auténtico sarcasmo. No se puede condenar a quienes han nacido en el entorno de Doñana a que coman parque. Entre otras cosas, porque, como ellos mismos advierten, eso puede suceder.

4. POR UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE.

Con la intención de encontrar una solución al doble problema de conservar la vida dentro y fuera de Doñana una comisión internacional (de la que hemos tenido oportunidad de formar parte) trabajó durante un año. Nuestra hipótesis de partida fue, creemos, bastante realista: para preservar un espacio hay que desarrollarlo. Pero en Doñana no hay pozos de petróleo ni minas de cobre. Ni

quiera abundan los empresarios o la mano de obra cualificada. Lo que hay es una naturaleza espléndida que constituye, de otra parte, su mejor recurso económico. Así, por ejemplo, muchos lugares en el mundo cuentan con un buen trozo de playa. Pero hay pocos que puedan ofrecer una bellísima bandada de flamencos sobrevolándola. Por eso para conservar la vida fuera de Doñana, hay que conservarla dentro.

Pero la conservación es asunto delicado pues, tras el acuerdo general sobre su pertinencia hay que decidir la forma, el estilo y el alcance de la misma. Las especialísimas características sociológicas de la zona –a más de las lecciones de la experiencia internacional– desaconsejan la aplicación de una estrategia de "protección por amurallamiento" que convertiría al espacio en cuestión en un santuario inexpugnable, reservado a científicos y autoridades. Los actuales niveles de crispación acabarían por identificar a Doñana con la causa de todos los males de los habitantes de su entorno. Es, sin duda, mucho más recomendable optar por una estrategia eointegradora que facilite las relaciones entre éstos y su medio natural, neutralizando el sentimiento de frustración que experimentan bastantes de ellos y promoviendo la convicción de que –si aprenden a usar y gestionar por sí mismos sus propios recursos– es precisamente en la existencia y conservación de Doñana donde reside el potencial de sus mejores posibilidades de desarrollo.

Tal estrategia es, además, perfectamente compatible con uno de los elementos centrales de cualquier política de conservación, que consiste en estimular, en la medida de lo posible, el desplazamiento centrífugo de los asentamientos humanos desde los puntos que requieren mayor protección hacia los límites exteriores del contorno, en lugar de proceder en el sentido contrario (de ahí la importancia de, cuando menos, no facilitar el flujo de entrada, mediante el desdoblamiento de algunos tramos específicos de la red viaria actual). De otra parte, la traducción de ese principio general a términos de organización productiva consiste en la consolidación de una estructura empresarial diversificada y flexible, compuesta por pequeñas y medianas empresas, que, a pesar de una cierta dispersión productiva y diseminación espacial, estén conectadas unas con otras, de modo que entre todas constituyan un tejido económico bien articulado.

Con respecto a este tema de la localización espacial de las unidades de producción, dos puntualizaciones resultan procedentes. En primer lugar es necesario ampliar el contexto funcional del espacio económico en cuestión. Con independencia de que –desde el punto de vista estrictamente político-

administrativo— una zona concreta esté o no incluida en el Plan Director Territorial de Coordinación correspondiente, o en cualquiera otra de las normativas vigentes, de lo que se trata es de promover una malla o red amplia de unidades económicas cuyos nudos sean esas pequeñas y medianas empresas a las que se acaba de aludir; en lugar de favorecer la constitución de dos o tres grandes empresas, localizadas en el corazón del área, y de las cuales dependa la supervivencia de un cortejo de pequeñas empresas subsidiarias.

En segundo lugar, la vertebración funcional interna de un espacio económico, en absoluto excluye la posibilidad de su enlace con el exterior. Antes de lo contrario, y, precisamente por la especial naturaleza del tipo de bienes y servicios que se trata de promover en Doñana, la conexión con el mercado externo y el establecimiento de canales de comercialización adecuados son absolutamente imprescindibles.

A tenor de cuanto antecede llegamos a la conclusión de que la protección de la naturaleza en Doñana y su entorno no es una limitación para el desarrollo económico de la zona, sino que, por el contrario, constituye el requisito más importante para garantizarlo. La conservación se convierte así —además de por razones ecológicas y en rara coincidencia de virtud con necesidad— en una "condición sin la cual no" para el desarrollo económico. En ese sentido la restricción es el recurso. Y el uso inadecuado del mismo, su destrucción irreparable en aras de la maximización del beneficio a corto plazo, en ausencia tanto de sensibilidad ecológica como de visión económica de futuro, constituiría no sólo un crimen de esa naturaleza, sino también, un despilfarro económico y social.

De lo que se trata es, por tanto, de proteger el medio para usarlo como recurso o, dicho de otro modo, de vender la singularidad ecológico-espacial de Doñana sin agotarla en el negocio. Ello requiere el diseño de una estrategia de desarrollo **sostenible** (esto es, que no destruya los recursos de los que depende) y **sostenido** (esto es, que sea duradero en el tiempo); una estrategia que conceda tanta importancia a la prohibición de prácticas agresivas como a la formulación de alternativas realistas. Y para que éstas lo sean es necesario promover selectiva y prioritariamente aquellas actividades económicas que sean **posibles** (en cuanto a la existencia de recursos naturales, pero también humanos, infraestructurales, etc.) y **viabiles** (en el sentido de que halla mercado interno y/o externo para la producción final). Así pues, la decisión de apoyo a cada proyecto concreto deberá adoptarse teniendo como término de referencia una jerarquía de parámetros en cuyos primeros lugares se sitúan: la compati-

bilidad medioambiental, la disponibilidad de factores de producción y de capital humano, el potencial de la demanda para el bien o servicio en cuestión, el volumen de inversión necesaria, la relación capital-empleo, la conexión con otros proyectos, etc.

5. OBJETIVOS E INSTRUMENTOS.

Teniendo como telón de fondo las anteriores reflexiones, los **objetivos** que el Dictamen propone alcanzar son, en decálogo resumido, los siguientes:

En el sector primario:

1. Contención de la agricultura intensiva, tanto por razones ecológicas como económicas, adaptando su extensión a la capacidad de absorción del mercado y a las disponibilidades de agua, cuyo consumo, junto con la devolución de residuos químicos de impacto contaminante, debe ser estrechamente vigilado.
2. Consolidación, reestructuración y racionalización de la agricultura extensiva. Por ejemplo, prohibiendo el uso del agua del acuífero para el cultivo del arroz, orientando la producción del sector (vid, olivo, arroz, productos hortofrutícolas y forestales) hacia su posterior transformación industrial, para aumentar el valor añadido en la zona, etc.
3. Promoción de nuevas formas de agricultura blanda compatibles con la conservación, mediante la difusión y el apoyo a técnicas de agricultura biológica aplicadas al cultivo de productos seleccionados para los que se cuente con mercado.
4. Promoción de nuevas formas de ganadería extensiva, que incluyan la cría de especies en vivo (perdiz roja, conejo, faisán, jabalí, venado) para usos cinegéticos y venta en otros lugares, así como la de ganado caballar y boval.
5. Reordenación y regulación de las actividades pesqueras, prestando particular atención a especies tales como el cangrejo, la angula y el camarón y promoción de la acuicultura, mediante la transformación y puesta en explotación de nuevos espacios en la margen izquierda del

Río Guadalquivir, dedicados al cultivo de lisa, anguila, lubina, cangrejo y camarón.

En el sector secundario:

6. Localización en Almonte del núcleo central de la industria de transformación agraria, cuya progresiva diversificación permita establecer, a medio plazo, un eje de desarrollo industrial Almonte-Hinojos-Pilas-Aznalcazar.
7. Consolidación y ampliación de las actividades industriales ya existentes (artesanía, tapicería, textil, herramientas, maquinaria agrícola ligera, carpintería metálica, vidrio, cerámica, materiales de construcción) que constituyen la base del tejido empresarial actual.
8. Desarrollo de actividades industriales nuevas dedicadas a la transformación de la producción del sector primario en su conjunto: agricultura (vinos y vinagres, aceite de oliva virgen, aceituna de mesa, arroz, frutas, hortalizas y verduras), silvicultura (transformación de la madera, palets y envases, carbón vegetal, piñón blanco, esencias-cosmética, apicultura), ganadería, piscicultura y acuicultura.

En el sector terciario:

9. Promoción de nuevas fórmulas de turismo (ecológico, naturalista, científico, rural, fluvial, ecuestre, cicloturismo, senderismo, escuelas verdes, etc.) compatibles con la preservación del medio ambiente y de elevado valor añadido y prohibición selectiva del turismo agresivo en determinados espacios críticos por su alto interés ecológico (Duna del Asperillo, por ejemplo).
10. Desplazamiento centrífugo del turismo de calidad hacia los límites exteriores del contorno (Mazagón y Sanlúcar de Barrameda, por ejemplo), adaptando la red viaria actual a esa finalidad (y no a la contraria mediante el desdoble de alguna de las carreteras interiores ya existentes), así como contención, reconversión, mejora y reordenación de la actividad en lugares turísticos de características muy específicas (Matalascañas, El Rocío, etc.).

Por la trascendencia y repercusión social que ha tenido –y sigue teniendo–

la discusión sobre el desarrollo de la actividad turística en la zona, vale la pena formular algunas aclaraciones y puntualizaciones a este respecto. La metodología seguida para el análisis de esta actividad se ha basado en la detección de los factores que la dinamizan, a los que ya se ha aludido anteriormente, para orientarlos y hacerlos coincidir en el tiempo, superando el actual dualismo del proceso. El nuevo modelo resultante persigue hacer compatible la mejora del bienestar económico de los habitantes con la conservación del medio, a través de una estrategia de complementariedad, porque, al margen de casos aislados, los dos recursos turísticos fundamentales, Parque y playa, pueden ser objeto de especial atención –aunque con distinta intensidad y nivel de prioridad– por parte de las nuevas demandas que hoy se vislumbran en el mercado.

En este sentido, la idea central de actuación y de promoción es la de exclusividad. Se trata de hacer vivir y sentir Doñana como algo verdaderamente distinto y exclusivo. Esto implica que la marca "Doñana" ha de ser preponderante, con tendencia a ser única, aunque dentro de ella se incluya de manera progresiva una oferta diversificada, cuyo disfrute debe llevar asociado el sentimiento de privilegio (por ello mismo no se plantea la promoción a corto plazo la oferta de Mazagón y Matalascañas, cuya situación actual provocaría sentimientos de insatisfacción y decepción difícilmente reversibles).

Los segmentos de demanda existentes o posibles son múltiples, y van desde el investigador-estudioso de la naturaleza en solitario, hasta el turismo internacional de masa, bajo la fórmula sol-playa de calidad, incluyendo las figuras intermedias de turismo familiar local y subregional. En el nuevo modelo el turismo costero puede potenciarse, mejorando las infraestructuras urbanísticas y los servicios turísticos complementarios y de animación, dentro de una estrategia de promoción a medio y largo plazo. Debido a su volumen e importancia social este turismo tradicional es, y debe seguir siendo, un estímulo para la creación de proyectos viables de oferta turística complementaria.

La existencia potencial y real de demandas diferentes a las referidas es un aliciente importante para el diseño de una política turística, basada en la diversificación de la oferta, colaborando así a la desestacionalización de la actividad. El turismo de la naturaleza, ecológico, de congresos, convenciones, negocios, etc. o el cultural-religioso, deportivo y de aventura, serían algunos ejemplos de demandas emergentes con posibilidades de funcionamiento en Doñana.

El activo turístico principal es, naturalmente el Parque y, sobre todo el

nombre y la imagen alcanzados a nivel internacional. Tal imagen de paraje y reserva natural únicos necesita de una concreción física, además de la del Parque en sí mismo, que constituya el eje del modelo de desarrollo turístico propuesto. La marca "Doñana" tiene que ser utilizada y sentida en todas las actuaciones. Así, desde el punto de vista turístico, el Parque Nacional abarcaría todo el Entorno del Parque, lo que implica que los distintos segmentos de oferta mencionados estarían "dentro del Parque" (aunque en el interior del Parque, en su estricta delimitación jurídico-administrativa actual, se mantendrían las visitas y las actuaciones restringidas, pero con niveles más elevados que los actuales, como bien admiten los actuales responsables de las mismas). Lo que esto significa es que hay que "reproducir el Parque en el Entorno"; reproducción que afectaría a los aspectos botánicos, faunísticos, paisajísticos, etc. La sensación de "estar en Doñana" se vería así especialmente ampliada. En este sentido, los diseños, normativas, ordenanzas urbanísticas, señalizaciones, servicios complementarios, deben responder a este principio general.

De acuerdo con todo ello la homogeneidad de la marca "Doñana" sería paralela a la heterogeneidad de su oferta, cubriendo todos los sectores de demanda antes mencionados y creando esa sensación de exclusividad que revalorizaría progresivamente la oferta hoy existente.

En otro orden de cosas, conviene subrayar que la naturaleza en Doñana no es sólo un recurso como base de las producciones del sector primario o de las actividades turísticas, sino que, como queda dicho, el propio vocablo "Doñana" es, en sí mismo, un bien económico susceptible de ser usado comercialmente como imagen de marca o denominación de origen para todos los bienes y servicios, en la agricultura, la industria o el turismo, que puedan acogerse a ella (de ahí que una de las propuestas presentadas consista en abrir una cadena de "Tiendas Doñana" en algunas ciudades europeas importantes). De hecho, una adecuada campaña de creación de imagen, seguida de su uso controlado, puede servir para traducir a rentabilidad económico-social la sensibilidad conservacionista que Doñana suscita en consumidores de un gran número de países. La marca "Doñana" puede y debe ser utilizada como garantía de calidad ecológica, y el comprador potencial llevado al convencimiento de que cuando consume tales productos no sólo contribuye a la protección de un espacio de especial interés medioambiental, sino que, al tiempo, protege su propia salud. Por supuesto siempre y cuando el prestigio y la imagen de marca estén respaldados por la calidad de los productos, la profesionalidad de los servicios y la limpieza de la conducta en el mercado.

Por cuanto se refiere a los **instrumentos** a utilizar para alcanzar los objetivos señalados, parece evidente que la debilidad del tejido económico y social de la zona, así como la escasez de recursos financieros, tecnológicos, empresariales, y humanos en fin, hacen impensable que la iniciativa privada pueda abordar la puesta en marcha de un plan de esta envergadura. Habrá de ser necesariamente el sector público el que, sin asumir responsabilidades productivas directas y de modo transitorio, emprenda las tareas de planificación, coordinación, promoción, gestión y control que la consecución de los objetivos de esta estrategia implica. Y por supuesto el que corra con los gastos de dotación infraestructural (ordenación del territorio, carreteras, comunicaciones, saneamiento, depuración, construcción de obra civil, de viviendas, de centros de salud; reforestación, regeneración de aguas, playas, riberas, etc.) y de creación de capital humano (formación empresarial, cualificación de la mano de obra, educación, investigación, asesoramiento productivo, tecnológico, financiero, contable, fiscal, laboral, comercial, de gestión, etc.). Hemos estimado que las necesidades de financiación para el periodo 1992-2000 rondan los 50.000 millones de pesetas. Ningún grupo privado abordaría un proyecto que requiere ese volumen de inversiones y cuya rentabilidad no es ni inmediata, ni exclusivamente económica.

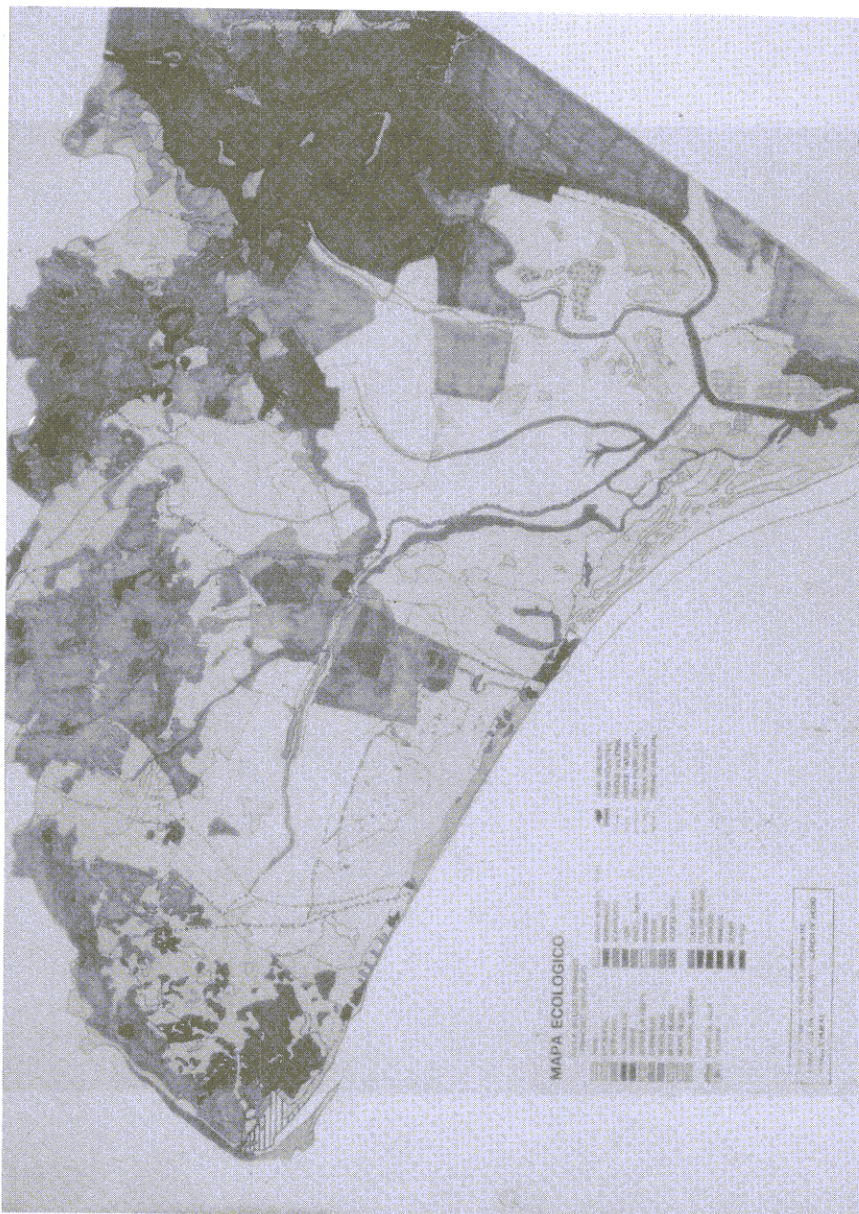
Este es, por definición, un proyecto en el que las exigencias ecológicas son absolutamente irrenunciables y que, mucho más allá de la recuperación inmediata de la inversión realizada, lo que pretende es promover un proceso de desarrollo sostenible en el que los habitantes de la zona se impliquen en el uso y gestión de sus propios recursos integrando –deseablemente de modo ejemplar para casos similares– los valores medioambientales con los económicos. De ahí que ese compromiso social sea tan necesario como la dotación presupuestaria.

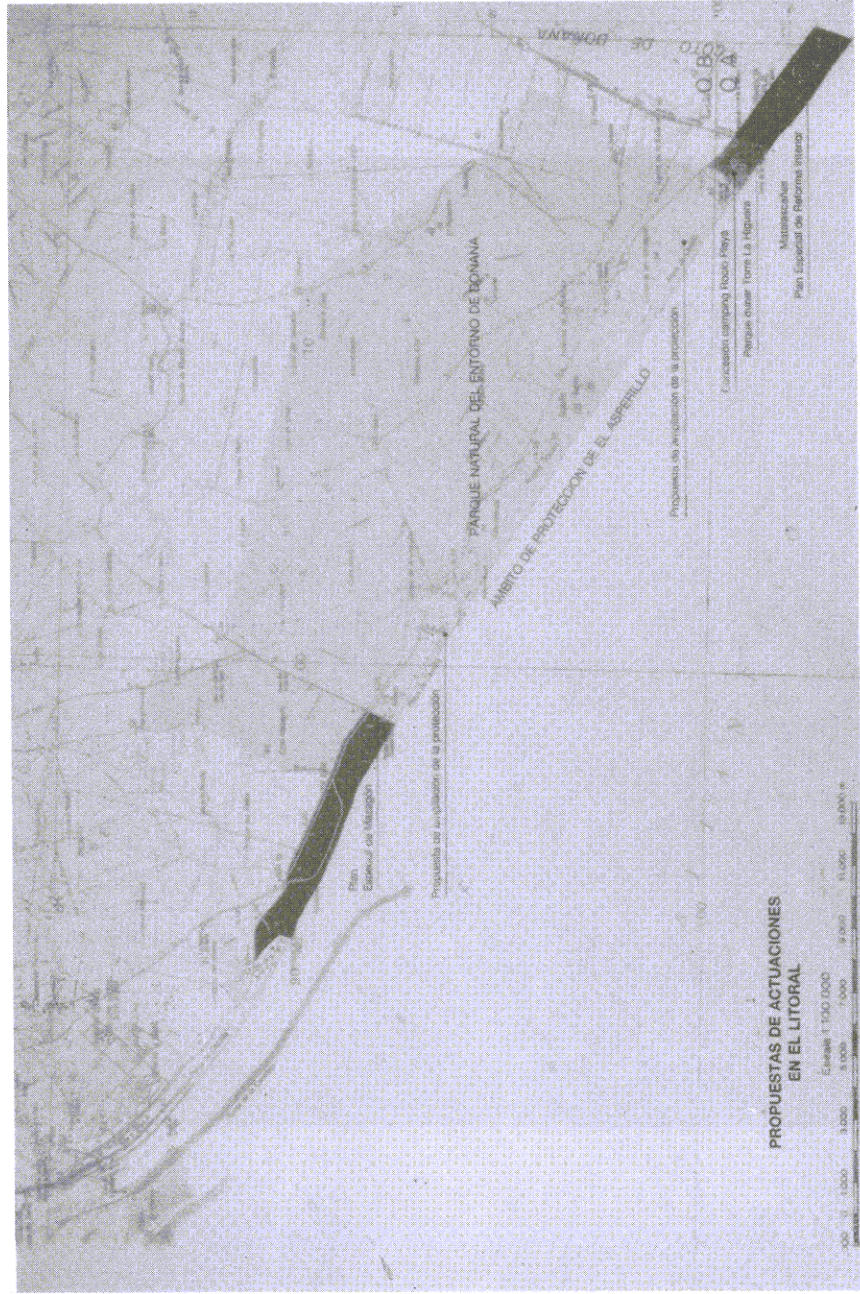
Contando, pues, con el protagonismo del sector público, algunas modificaciones institucionales son imprescindibles. Por eso sugerimos la creación de una nueva figura administrativa, el "Parque Europeo de Doñana", así como la reunión de las múltiples competencias, que en la actualidad están repartidas entre diferentes instancias, en una sola, funcional y operativa, con presencia de representantes locales, regionales, nacionales y comunitarios, y cuyo brazo ejecutor sería la "Agencia de desarrollo de Doñana".

En ese nuevo marco institucional a la comisión de las Comunidades Europeas corresponde ocupar un lugar muy importante. No sólo como testimonio de la preocupación comunitaria por el futuro de esta parte de su territorio,

sino como expresión activa del compromiso político y financiero que Europa asume y cumple en Doñana. Sus habitantes conocen bien el viejo proverbio español: "Obras son amores y no buenas razones". Quizás por eso para convencerlos de que, en efecto, sus mejores posibilidades de desarrollo dependen de la conservación de Doñana, la razón más poderosa sea el comienzo inmediato de las obras.









ANEXO

Este Anexo contiene una descripción pormenorizada de la Estrategia General que acaba de ser definida, así como de las Actuaciones Sectoriales Concretas que de ella se derivan y de los Recursos y Producciones Potenciales. Finalmente se incluye el Presupuesto Global que ha servido de base para el Programa Operativo en curso.

ESTRATEGIA GENERAL

OBJETIVOS

Creación de un tejido económico diversificado y articulado en el que las unidades de producción realicen actividades económicas posibles (disponibilidad de recursos), viables (existencia de mercado) y compatibles (no agresivas para el medioambiente).

Concentrar el esfuerzo en la promoción de actividades de transformación de la producción del sector primario y otras producciones industriales "blandas". Explotación racional del recurso "Doñana".

A corto plazo, convertir al término municipal de Almonte y su entorno próximo en el centro de gravedad de la industria transformadora.

A medio plazo, consolidación de un eje de desarrollo económico Almonte-Hinojos-Pilas.

INSTRUMENTOS

Creación de una Agencia de Desarrollo que asuma funciones de planificación, coordinación, promoción, formación, información, gestión y seguimiento.

Redacción de un Programa de Desarrollo Económico para el Entorno de Doñana.

Creación de espíritu empresarial.

Formación de la mano de obra.

Establecimiento de un sistema de incentivos a la inversión.

Elevación del nivel cultural.

Realización de campañas de imagen.

Inversiones sociales en sanidad, vivienda y cultura.

Mejora de la dotación infraestructural.

ACTUACIONES

Localización en Almonte del Consejo Regulador de la denominación de origen "Doñana".

Localización en Almonte de un centro para la comercialización coordinada de la producción del área.

A medio plazo, establecimiento, con sede en 20 ciudades europeas importantes, de una cadena de "Boutiques Doñana", dedicadas a la venta de productos con la denominación de origen, libros, vídeos, etc. así como a la difusión de información sobre Doñana y su interés como centro turístico.

Localización en Almqnte de un centro de información y asesoramiento técnico, comercial, financiero, contable, laboral y fiscal.

Localización en Almonte de un centro de formación profesional especializada en las producciones del área.

Localización en Almonte de un centro de estudios de cultivos biológicos.

Localización en Almonte de un centro de estudios forestales.

Localización en Bollullos Par del Condado de un centro de estudios de la vid y el olivo.

Localización en Pilas de un centro de formación empresarial.

Localización en Trebujena de un centro de cultivos marinos y de un centro regulador de la oferta de productos acuícolas.

Localización en Villafranco de un centro regulador de la oferta de cangrejo, angula y camarón.

Localización en Puebla del Río de un centro de estudios para el cultivo e industrialización de arroz.

Localización en Sanlúcar de un centro de estudios de la vid, y de hostelería y turismo.

Localización en Moguer de un centro de estudios de hostelería y turismo y de capacitación agraria.

Localización en el campus de La Rábida de un instituto de investigación, desarrollo tecnológico y diseño industrial.

Localización de otros centros de formación, escuelas-taller y escuelas en otros municipios de la comarca.

Provisión de suelo industrial en localizaciones seleccionadas.

Construcción de depuradoras y redes de alcantarillados en los municipios carentes de ellas.

Regeneración del Río Guadalquivir.

Repoblación forestal.

Repoblación de arbusto y monte bajo.

Mejora del sistema de comunicaciones telefónicas.

Conexión del Aeropuerto de Jerez con la Autopista Sevilla-Cádiz.

Conexión de un ramal Autovía Quinto Centenario-Bollullos-Almonte.

Construcción de la variante de Bollullos.

Conexión de la Autovía Quinto Centenario con Mazagón.

Mejora, sin desdoblamiento y con adecuación (pasos subterráneos para animales) de la carretera Almonte-El Rocío-Matalascañas.

Mejora de la red viaria comarcal.

Mejora de la conexión Sanlúcar de Barrameda-La Ballena.

Obras de ordenación urbana especial en Matalascañas (acondicionamiento y limitación del crecimiento).

Obras de ordenación urbana especial en El Rocío (acondicionamiento y limitación del crecimiento).

Obras de ordenación urbana especial en Mazagón (con reforzamiento de la infraestructura turística).

Obras de ordenación urbana especial en Sanlúcar de Barrameda (con reforzamiento de infraestructura turística).

ESTRATEGIAS SECTORIALES

SILVICULTURA Y GANADERIA (Palets y Envases)

OBJETIVOS

Restablecer procesos productivos abandonados por causas coyunturales, maximizando las ventajas actuales que restituyan los puestos de trabajo destruidos.

Concentrar la oferta

INSTRUMENTOS

Legalizar la actividad de productores ilícitos.

Restablecer la fase de aserrado y cortado de tablillas con maderas del entorno.

Establecer una línea de subvenciones, créditos preferentes e incentivos fiscales que fomenten el asociacionismo.

ACTUACIONES

Crear una organización de empresas transformadoras de madera en el término municipal de Pilas.

Crear un centro de apoyo que:

- Ejecute la política de fomento.
- Controle la actividad.
- Condicione las explotaciones.
- Articule la actividad con la del carbón vegetal y piñón.
- Localización: Almonte.

(Carbón Vegetal)

OBJETIVOS

Reactivar esta actividad tradicional y potenciar su expansión al mercado europeo bajo un nuevo esquema organizativo empresarial.

Concentrar la oferta y generar estabilidad mediante una producción diversificada.

Concentrar la oferta.

INSTRUMENTOS

Articular esta actividad con la producción de piña y palet.

Promover la asociación de productores.

Impulsar una campaña de comercialización basada en el carácter conservacionista que supone su consumo.

Orientar la producción hacia una diferenciación de producto.

Establecer una línea de subvenciones, créditos preferentes e incentivos fiscales a fin de promover la asociación de empresas.

ACTUACIONES

Crear una asociación de empresas en Almonte.

Crear en Almonte un centro de apoyo al desarrollo de esta actividad, el cual se encargue de:

- Coordinar su demanda de materia prima con las industrias del palet y piñón.
- Adelantar la comercialización a nivel europeo.

- Incidir, en coordinación con la asociación de productores, en las actuaciones del Plan Forestal Andaluz.

- Crear un consejo regulador de la denominación de origen.

(Piñón)

OBJETIVOS

Organizar la producción de piña y potenciar la producción de piñón blanco con destino a los mercados nacional y europeo.

INSTRUMENTOS

Reducir los problemas de robo y legalizar a los productores ilícitos.

Establecer subvenciones para la instalación y funcionamiento de almacenes de depósito que enfrenten la estacionalidad de la demanda.

Promover la constitución de un consorcio entre capital local y una empresa ya establecida.

Comercializar el producto bajo una denominación de origen basada en el carácter conservacionista que supone su producción, como actividad silvícola en un área protegida.

ACTUACIONES

Regular las explotaciones y condicionar el acceso al centro de apoyo.

Crear en Almonte un centro de apoyo al desarrollo de esta actividad que:

- Canalice subvenciones.
- Incida en las actuaciones de repoblamiento de pinar del Plan Forestal Andaluz en la zona.

Crear un consejo regulador de la denominación de origen.

Crear un consorcio de producción en Moguer con las instalaciones de PICOSA.

(Esencias Vegetales)

OBJETIVOS

Transformar la escasa producción actual que utiliza métodos rudimentarios para obtener aceite sin refinar, en una industria de esencias vegetales con proyección al sector de la cosmética.

INSTRUMENTOS

Atraer una empresa del sector y localizada en Andalucía, para que con la utilización de la planta de procesamiento básico existente en Rociana, se cree un consorcio entre ésta y capital local.

Subvencionar investigación básica y comercial.

Incorporar los procesos productivos de cosmética a fin de obtener un producto con mayor valor añadido y susceptible de comercializar con denominación de origen.

Promocionar en el mercado naturista los productos cosméticos que se obtengan, con denominación DOÑANA.

Explotar comercialmente la doble condición de productos únicos de alta calidad y artículos cuyo consumo contribuye a la conservación de Doñana.

ACTUACIONES

Instalar en las inmediaciones de Almonte la sede del consorcio para la producción de esencias vegetales, debido a las posibilidades de comunicación y proximidad con fuentes de materia prima.

Crear un centro agronómico en Almonte o financiar proyectos de investigación en la Universidad de la Rábida, que diseñen métodos de cultivo y aprovechamiento de especies vegetales silvestres.

Crear un departamento de esencias vegetales en una agencia general de protección del entorno de Doñana.

Crear un centro de apoyo al desarrollo de esta actividad que:

- Canalice las subvenciones.
- Comercialice a nivel nacional y europeo el producto final.

Crear un laboratorio de cosmética, cuyo funcionamiento esté subvencionado.

Crear un consejo regulador de la denominación de origen DOÑANA para los productos cosméticos.

(Apicultura)

OBJETIVOS

Organizar empresarialmente esta actividad, orientando su producción a la miel de alta calidad para el mercado europeo.

Concentrar la oferta.

Implantar una imagen de marca de alta calidad.

INSTRUMENTOS

Mejorar la productividad media de los apicultores del entorno de Doñana.

Orientar la producción a miel unifloral.

Realizar el envasado en el entorno de Doñana.

Comercializar la miel con denominación de origen DOÑANA.

Investigar la posibilidad de utilizar las floraciones para mejorar el producto.

ACTUACIONES

Crear un centro de capacitación en Almonte o impartir en la Universidad de la Rábida, cursos de capacitación sobre los métodos técnicos y organizativos que se tienen en Levante y otras zonas líderes.

Fortalecer la cooperativa "La Almonteña" para agrupar a más apicultores de otras zonas, o crear una nueva, preferiblemente en Almonte, que se encargue del envasado de la miel.

Crear un centro de apoyo al desarrollo de la apicultura con sede en Almonte, que se encargue de promover la producción de miel de alta calidad y su comercialización.

Realizar un estudio de impacto ambiental de las abejas sobre las floraciones del parque y divulgar ampliamente sus resultados entre los apicultores.

(Cinegética y Caza)

OBJETIVOS

Introducir la producción cinegética con fines económicos en el entorno de Doñana, por ser una actividad de gran futuro y con un efecto de arrastre de actividades de servicios en la economía regional.

Potenciar la estructuración de servicios prestados a este tipo de empresas.

INSTRUMENTOS

Adecuar la reglamentación existente.

Promocionar estos productos con denominación de origen DOÑANA.

Establecer líneas de crédito preferente para esta actividad.

Desarrollar el conocimiento sobre técnicas de producción.

Subvencionar la adquisición de equipos de alta tecnología a las empresas que se instalen en la zona.

Promocionar el repoblamiento de cotos privados de caza con ejemplares con denominación de origen DOÑANA.

ACTUACIONES

Realizar jornadas sobre reglamentación de granjas cinegéticas y caza deportiva.

Crear en Almonte un centro de apoyo al desarrollo de esta actividad y un centro de investigación sobre métodos de cría y comercialización.

Realizar en Almonte una FERIA especializada en recursos cinegéticos y servicios conexos.

Crear un consejo regulador de la denominación de origen DOÑANA.

PESCA

(Cangrejo Rojo)

OBJETIVOS

Pleno aprovechamiento del recurso.

Creación de un clima empresarial.

Equilibrio oferta existente-industria transformadora.

Adecuar producciones a demandas.

Profesionalización del sector.

INSTRUMENTOS

Plan de apoyo a industrialización y comercialización.

Servicio de información y asesoramiento.

Líneas de créditos preferentes.

Denominación de origen.

ACTUACIONES

Creación de un Centro Regulador, dotado de:

- Planta de procesamiento.
- Balsas de mantenimiento.
- Zonas de pesca estables.
- Piscinas de crecimiento.

– Equipos de vigilancia.

Programa de formación.

Campaña publicitaria.

Localización: Villa-Franco.

(Coquina)

OBJETIVOS

Profesionalización de la actividad y del colectivo.

INSTRUMENTOS

Normativa reglamentaria.

Mecanismos específicos de cotización.

ACTUACIONES

Control efectivo de obligaciones laborales y fiscales.

Puntos de venta obligatorios.

Evitar el esfuerzo pesquero durante los meses de verano.

Sistema de vigilancia y control.

Posibilidades de alternar caladeros.

(Angula y Camarón)

OBJETIVOS

Ordenación y control de la actividad.

Determinar espacios de las pesquerías.

Determinar el esfuerzo máximo sostenible.

Reciclaje del personal embarcado.

Recuperación del medio ambiente.

INSTRUMENTOS

Programa de vigilancia y control de las aguas.

Determinar zonas de pesca.

Plan de modernización y legalización de la flota.

Desarrollo legislativo de la pesca de angula y camarón.

Censo cerrado de embarcaciones y registro nominal de las artes.

ACTUACIONES

Creación Centro Regulador dotado de:

- Concesiones de aprovechamiento.
- Embarcación recepcionadora.
- Embarcadero e infraestructura portuaria.
- Equipo de inspección y vigilancia.

Programa de formación.

Fomentar actividades alternativas.

Localización: Villafranco, aunque se podrían utilizar también otras instalaciones ya existentes.

ACUICULTURA

OBJETIVOS

Utilización de 3.000 Ha. en la marisma de Adventus y los Yesos para cultivos marinos.

INSTRUMENTOS

Plan de ordenación del medio físico.

Parcelación del espacio en función del modelo acuícola a seguir.

Formación profesional y asistencia técnica al acuicultor.

Fomento de tareas de investigación (nuevas especies, nuevas técnicas, etc.).

Apoyo a la transformación y comercialización de productos acuícolas.

ACTUACIONES

Realización de un estudio para determinar la estructura de la propiedad del terreno, parcelación y especies a cultivar.

Transformación de 1.500 Ha. en Adventus, y concesión de parcelas unifamiliares.

Concesión de 1.500 Ha. a inversores privados.

Creación de un Centro Regulador de la oferta de productos acuícolas dotado de:

- Centro de investigación.
- Escuela taller.
- Instalación para transformación de productos.

Denominación de origen Doñana.

INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

OBJETIVOS

Aprovechar de forma integral la producción agrícola, incorporando valor añadido generado en las etapas de transformación y comercialización.

Lograr una agroindustria competitiva, apoyada en la ventaja de calidad de los productos de la zona.

Detener el proceso de pérdida de empleo en las actividades tradicionales.

Fomentar la creación de nuevo empleo en las actividades no tradicionales.

Ampliar y consolidar la oferta de productos agroindustriales con denominación de origen "Doñana" en el mercado nacional y comunitario.

ACTIVIDADES PRIORITARIAS

Vitivinícola, especialmente en las zonas del Condado y Sanlúcar de Barrameda.

Producción de aceite de oliva virgen y aderezo de aceituna.

Transformación de productos hortofrutícolas en: mermeladas, jarabes, compotas, zumos...

Extensión de los procedimientos de liofilización, deshidratación, congelación, etc.

Producción de arroces liofilizados y precocinados.

CULTIVO VITIVINICOLA

OBJETIVOS

Recuperar el viñedo y detener el proceso de arranque indiscriminado.

INSTRUMENTOS

Reestructurar progresivamente las plantaciones, adaptándolas a procedimientos mecanizados.

Introducción de nuevas variedades con objeto de diversificar la oferta de vinos.

Proceder al arranque de viñas solamente cuando su cultivo sea económicamente inviable.

Proponer y favorecer cultivos alternativos rentables en las áreas de menor rendimiento y calidad del viñedo.

ACTUACIONES

Realizar los estudios edafológicos precisos para delimitar los terrenos susceptibles de soportar cultivos alternativos de regadío y los que han de mantenerse como viñedo por su imposibilidad de adaptación.

Evaluar de acuerdo con las disponibilidades reales de los acuíferos las extensiones que pueden ser transformadas.

Subvencionar el arranque de viñas en los terrenos fértiles de secano, especialmente en las áreas donde el número de bodegas es reducido.

No subvencionar el arranque de viñedo en los terrenos cuya vocación cultural se defina como vitícola, en particular en los términos donde se encuentran las bodegas con mayores posibilidades de reestructuración.

Fijar los tamaños de parcela idóneos para ser mecanizados y apoyar financiera y técnicamente la introducción de maquinaria.

Impulsar y apoyar los proyectos de transformación en regadío en las áreas delimitadas en los estudios edafológicos e hídricos.

INDUSTRIA VINICOLA

OBJETIVOS

Fortalecer y modernizar la industria de los vinos del Condado.

Lograr un mercado amplio y sólido para los vinos con denominación de origen del Condado.

Aprovechar la ventaja que supone la tradición y el mercado de la manzanilla de Sanlúcar incorporándola a la oferta de productos del Entorno de Doñana.

Fomentar el mantenimiento de empleo en esta industria y la creación de nuevo empleo en actividades auxiliares.

INSTRUMENTOS

Adecuar las instalaciones para la elaboración y comercialización del vino "joven afrutado".

Organizar el proceso de comercialización, estableciendo redes o lazos comerciales en el mercado nacional e internacional.

Establecer promociones publicitarias conjuntas de los vinos del Condado y la Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda, destacando su procedencia del Entorno de Doñana.

Promover e impulsar la asociación y/o concentración de productores y empresas, de forma que alcancen dimensiones adecuadas.

Estimular la creación de empresas dedicadas a la fabricación de insumos: envases, empaques, etiquetas, etc.

Potenciar la industria de subproductos de buena calidad, tales como el vinagre de vino.

Utilización de las líneas de crédito preferencial y financiación pública.

ACTUACIONES

Apoyo financiero y técnico a los proyectos de renovación de maquinaria, instalación de equipos de frío, revestimiento vitrificado de los depósitos de hormigón y modernización de las plantas de embotellado.

Apoyo a cooperativas y asociaciones de empresas o productores en la concesión de créditos.

Participación institucional en la promoción comercial y campañas publicitarias.

Potenciación del Consejo Regulador de la Denominación de Origen "Doñana" y de su papel en la reestructuración del sector.

Presencia en los principales centros del mercado. Participación en ferias de muestras y certámenes nacionales e internacionales.

Utilización de envases y etiquetas novedosos, que transmitan la imagen de calidad perseguida.

ACEITUNA DE MESA

OBJETIVOS

Ampliar y modernizar la capacidad de transformación existente.

Generar empleo en la actividad de aderezo y conserva y en las labores de cultivo y recolección.

Difundir su consumo en los mercados nacional e internacional.

Lograr una imagen de marca propia.

INSTRUMENTOS

Regulación de la producción, evitando la generación de excedentes.

Establecimiento de nuevas plantas de transformación y modernización de las existentes.

Utilización del origen y calidad del producto como soportes de una imagen diferenciada.

Fomentar la asociación de productores, para posibilitar las inversiones de modernización y la utilización conjunta de los canales de comercialización.

Orientar la producción hacia la variedad manzanilla.

ACTUACIONES

Apoyar financiera y técnicamente las inversiones en equipos e instalaciones, preferentemente en plantas ya existentes.

Apoyo institucional en campañas de difusión del consumo.

Adecuar la infraestructura de comercialización.

Crear un organismo responsable de la regulación y control de la calidad, preferiblemente localizado en Pilas.

ALMAZARA

OBJETIVOS

Recuperar la actividad tradicional del molino aceitero.

Paliar la disminución del empleo en la producción de aceituna y generar puestos de trabajo estables en la actividad de almazara.

Incorporar a la oferta de productos del Entorno de Doñana el aceite de calidad selecta.

INSTRUMENTOS

Adecuar las instalaciones existentes para la obtención de aceite de primera calidad, sin ampliar la capacidad de molienda actual.

Reorientar la producción hacia el aceite de oliva virgen.

Introducir y difundir una marca propia, asociada al origen del producto.

Reorganizar el proceso de comercialización.

Promover la asociación de productores y empresarios.

ACTUACIONES

Apoyo financiero y técnico a la renovación de las plantas aceiteras.

Desarrollar un proyecto piloto para la obtención de aceite "biológico", integrando las fases de producción de aceituna y extracción de aceite.

Impulsar campañas publicitarias para el lanzamiento y difusión del aceite de oliva virgen "Doñana".

TRANSFORMACION HORTOFRUTICOLA

OBJETIVOS

Interiorizar un mayor valor añadido con el proceso de transformación industrial de los productos hortofrutícolas de nueva agricultura.

Conseguir la incorporación de los productores agrícolas a las fases de transformación industrial.

Generar empleo en la industria de transformación hortofrutícola y en el cultivo y recolección de las materias primas.

Lograr una imagen reconocida de conservas de frutas y hortalizas de calidad selecta del Entorno de Doñana.

INSTRUMENTOS

Fomento de organizaciones colectivas para la comercialización.

Introducción de la producción en los canales de distribución existentes.

Desarrollo de la producción e industrialización de productos "biológicos".

ACTUACIONES

Implantar un programa de fomento de las actividades de transformación hortofrutícola en la zona.

Dotación de infraestructura industrial y de comercialización en los principales centros productores, con el apoyo técnico y financiero adecuado.

En especial:

Apoyo al establecimiento de instalaciones de congelación y de transformación intermedia de los productos más abundantes en la zona. Preferiblemente en Moguer, Palos, Lucena.

Apoyo al establecimiento de plantas industriales en las líneas de conservas y productos finales de calidad selecta. Preferiblemente en Almonte.

Organizar y patrocinar la campaña de difusión de las conservas, apoyada en la singularidad de la zona.

INDUSTRIA ARROCERA

OBJETIVOS

Lograr un mayor valor añadido en la zona integrando la transformación del arroz.

Generar puestos de trabajo en las actividades transformadoras.

Diversificar los agentes participantes en la industria.

Mejorar los ingresos de los productores arroceros.

INSTRUMENTOS

Fomentar la formación y ampliación de organizaciones cooperativas entre los agricultores para mejorar las condiciones de negociación y venta de su producto.

Promover y apoyar inversiones para adquisición e instalación por aquellas de equipos de secado y descascarillado.

Estimular y apoyar a las grandes cooperativas y asociaciones de productores para integrarse en las etapas de transformación, envasado y comercialización.

Fomentar la investigación y adaptación de tecnologías para el aprovechamiento de productos y subproductos de arroz.

ACTUACIONES

Programa de apoyo financiero para instalaciones de secado, descascarillado y empaquetado.

Creación de un centro de investigación y desarrollo para el cultivo e industrialización del arroz.

Proponer y apoyar a las asociaciones y cooperativas para establecer una planta piloto de elaboración y envasado que comercialice con marca propia, alusiva al origen. Localizada preferentemente en Puebla del Río.

RECURSOS Y PRODUCCIONES

1. SILVICULTURA			
RECURSOS	PRODUCCIONES INTERMEDIAS		P. FINALES
Eucalipto	Pasta de celulosa		Industria química
	Esencias	Aceites	Cosmética
		Aromas	Alimentación
Carbón vegetal		Carbón barbacoa	
Pino	Tablillas Serrín Astillas Leña	Palets Envases Aglomerados	Madera y Muebles
	Piñón	Piñón con cáscara Piñón blanco	Ind. aliment. Repostería Piñón blanco envasado
Arbustos y monte bajo (Romero, hinojo, etc.)	Miel Cera Polen Jalea Real Propoleo Veneno		Miel envasada
Otras especies (Encina, etc.)			

2. GANADERIA		
RECURSOS	PRODUCCIONES INTERMEDIAS	PRODUCCIONES FINALES
Caza		Perdiz rojo de Doñana Faisán
Cría de especies en vivo		Jabalí Venado Conejo Caballo

3. PESCA Y ACUICULTURA		
RECURSOS	PRODUCCIONES INTERMEDIAS	PRODUCCIONES FINALES
Pesca	Cangrejo rojo Coquina Angula Camarón	Frescos Congelados Envasados Precocinados Ahumados
Acuicultura	Camarón Lubina Anguila Cangrejo Lisa Otras	

4. VID		
RECURSOS	PRODUCCIONES INTERMEDIAS	PRODUCCIONES FINALES
Viñedos		Vinos jóvenes afrutados Manzanilla Vinagre

5. OLIVO		
RECURSOS	PRODUCCIONES INTERMEDIAS	PRODUCCIONES FINALES
Olivar		Aceite de oliva Aceite de oliva virgen Aceituna de mesa

6. ARROZ		
RECURSOS	PRODUCCIONES INTERMEDIAS	PRODUCCIONES FINALES
Arroz grano largo	Liofilizados Biofilizados	Precocinados

7. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA		
RECURSOS	PRODUCCIONES INTERMEDIAS	PRODUCCIONES FINALES
FRUTAS Fresa Frambuesa Mora Melocotón Melones Sandías Limón Naranja Nectarina Subtropicales	Refrigerados Congelados	Conservas Mermeladas Jarabes Liofilizados Desidratados Atomizados Compotas Yogurts Zumos
HORTALIZAS Y VERDURAS Pimientos Tomates Espárragos Zanahorias Judías		Precocinados
FLORES		

8. OTRAS ACTIVIDADES INDUSTRIALES		
RECURSOS	PRODUCCIONES INTERMEDIAS	PRODUCCIONES FINALES
	Cristal Latón Plásticos Cartonaje	Envases Impresión
	Vidrio Cerámica	Construcción Artesanía Cestería Bordados Alfombras Tapices Tapicería Calzado Confección Maquinaria ligera Talleres
	Cuero	
	Textil	
"El Rocío"		Boutiques Doñana
"Doñana"		Libros Videos Mapas Gadgets

PRESUPUESTO GLOBAL			
ESTIMACION DE INVERSIONES REQUERIDAS PARA EL DESARROLLO DEL ENTORNO DE DOÑANA. PERIODO 1992-2000 (Millones de Pesetas)			
CONCEPTO	Invers. Pública	Invers. Privada	Invers. Total
Infraestructura viaria	23.463	–	23.463
Infraestructura litoral	3.500	–	3.500
Infraestructura medioambiental			
– Abastecimiento y saneamiento de aguas	5.000	–	5.000
– Tratamiento de residuos	900	–	900
– Restauración ecológica	1.200	–	1.200
Infraestructura de apoyo a la actividad productiva	1.185	–	1.185
Infraestructura de apoyo a la actividad turística	5.278	1.264	6.542
Equipo productivo (FBCF)	2.980	3.870	6.850
Ayudas e incentivos a la actividad productiva	3.422	–	3.422
Promoción y comercialización	2.000	500	2.500
Equipamientos y servicios urbanos*	1.920	–	1.920
TOTAL	50.848	5.634	56.482

* Sólo incluye equipamientos necesarios para la infraestructura de apoyo a la actualidad turística.

NOTA: Aunque la infraestructura viaria aparece conceptualizada como tal, es preciso hacer notar que su realización responde a una ordenación territorial definida en función de la estrategia de desarrollo socioeconómico sostenible planteada en este Dictamen.

