

JORNADA: “EL FUTURO DEL TURISMO JIENNENSE A DEBATE”

CONCLUSIONES

La actividad turística se vislumbra como una gran oportunidad para la diversificación económica de la provincia de Jaén, contribuyendo a generar empleo y a fijar la población en el medio rural.

Hay que reconocer, no obstante, que la provincia de Jaén es aún un destino emergente, no consolidado, en el que todavía quedan retos importantes que afrontar. Ello se evidencia, por ejemplo, en el hecho de que el turismo jiennense haya tardado más de una década en recuperar la caída de flujos turísticos y pernoctaciones generada por la crisis económica mundial que comenzó en 2008, mientras que, en ese mismo período, Andalucía y España alcanzaban las cotas más altas de afluencia turística de toda su historia.

La provincia de Jaén cerró 2019 habiendo recibido un total de 691.435 viajeros y 1.347.728 pernoctaciones para el conjunto de establecimientos turísticos (alojamientos hoteleros, campings, apartamentos turísticos y alojamientos de turismo rural), lo que no suponía un ejercicio especialmente bueno, sobre todo en lo relativo al comportamiento de la demanda de alojamientos hoteleros. No obstante, en los primeros meses de 2020, se estaba produciendo un crecimiento significativo de los principales indicadores de demanda turística, lo que hacía prever que se iba a tratar de un año clave para recuperar la posición anterior a la Gran Recesión de 2008.

En marzo de 2020, todo cambió radicalmente. La pandemia motivada por la aparición de la Covid-19 ha supuesto un parón total en los desplazamientos y la caída de muchos indicadores turísticos a cero, generando la situación más complicada de la historia de un sector que, por lo general, ha venido reaccionando de forma muy positiva ante cualquier tipo de vicisitud.

Es de entender, por tanto, que los empresarios, los gestores de destinos y las administraciones jiennenses estén alarmados y planteen la necesidad de adoptar medidas urgentes para paliar esta situación.

Aunque es cierto que 2020, y lo que llevamos de 2021, han arrojado cifras tremendamente preocupantes para el sector, también lo es que la provincia de Jaén ha mostrado una mayor resistencia en este contexto. Cabe destacar que, en la provincia, el número de viajeros descendió en un 53,71% durante 2020, mientras las pernoctaciones lo hicieron en un 49,73%. Sin embargo, a nivel regional y nacional estos descensos fueron mucho más pronunciados.

Ello se debe a distintas razones. Por un lado, el turismo que acude a la provincia es mayoritariamente nacional, y este se ha visto menos castigado que el extranjero en estas circunstancias. Por otra parte, los entornos naturales y rurales, como el nuestro, han sido los protagonistas durante los momentos en los que se permitía una cierta movilidad, lo que ha favorecido una leve recuperación. Y, en tercer lugar, la cuota de participación de la provincia de Jaén en el mercado andaluz es muy reducida, por lo que los descensos suelen ser menos pronunciados.

A pesar de las dificultades por las que ha atravesado el turismo provincial durante 2020, cabe destacar que se ha mantenido uno de los puntos fuertes que siempre han caracterizado a la provincia de Jaén: el elevado gasto medio diario realizado por los turistas. La nuestra sigue siendo la provincia andaluza en la que los turistas gastan más dinero por día (74,56€ en 2020).

Por el contrario, cabe destacar que, en términos de estancia media (2,32 días en 2020), la provincia de Jaén ocupa el último lugar entre las provincias andaluzas durante los cuatro trimestres del año, un aspecto negativo que contrarresta acentuadamente el hecho de ser la provincia en la que mayor gasto medio diario realizan los turistas.

La situación actual del turismo en la provincia sigue influenciada de forma muy negativa por la pandemia, aunque, como se ha visto, la tendencia hacia los viajes de proximidad, la búsqueda de destinos rurales y de naturaleza, libres de masificación, saludables y seguros, hace prever que, en cuanto se inicie la

recuperación, los turistas optarán por destinos como el nuestro, que cuenta con recursos de enorme potencial para impulsar la reactivación de la actividad turística.

Tenemos una gran oportunidad para recuperar el turismo, generando sinergias entre los diferentes actores del territorio y estableciendo un nuevo marco estratégico en el que primen aspectos como la sostenibilidad, la inteligencia turística, la mejora de la gobernanza, la creatividad en la creación de producto turístico y su posicionamiento en el mercado, la transformación digital, etc.

En este contexto, la jornada organizada por la Universidad de Jaén, en el marco del programa UJA-CEP (Universidad de Jaén–Comprometida con la Estrategia Provincial), bajo el título “El futuro del turismo jiennense a debate” ha permitido dibujar un escenario de futuro para el turismo jiennense, a partir de la identificación de los principales déficit y retos que hay que afrontar de manera inmediata.

A continuación, se recogen las principales conclusiones obtenidas en esta jornada.

- La situación actual es de incertidumbre total. En este contexto, el sector turístico empresarial de la provincia de Jaén apostó por generar una imagen de destino seguro y saludable, como elemento clave sobre el cual fundamentar la recuperación del turismo jiennense.
- La crisis provocada por la Covid-19 ha supuesto un revulsivo para la unión de todo el sector turístico empresarial. Ello ha conllevado la representación del sector en los diferentes espacios de diálogo con las administraciones y su participación en la definición de políticas y en la toma de decisiones.
- Cuando la vacunación avance y se abran las fronteras, se incrementarán los flujos turísticos. Es necesario, por tanto, tener el producto turístico bien pensado y adaptado a las nuevas necesidades del turista pos-Covid. Adicionalmente, resulta fundamental observar qué se está haciendo en otros destinos de referencia, incorporar las mejores prácticas del sector y apostar por la digitalización y la inmediatez.

- Es importante avanzar en la apertura de la comercialización; potenciando la colaboración entre distintos oferentes de servicios turísticos a través de la promoción, de forma conjunta, de la oferta empresarial turística de la provincia.
- La baja densidad de población de la provincia de Jaén, la ausencia de masificación turística y los atractivos de la provincia, se convierten en una oportunidad para posicionar a la provincia de Jaén como un destino de referencia post pandemia.
- Durante la jornada se pudo apreciar claramente la existencia de dos posiciones bien diferenciadas, entre quienes entienden que toda la provincia no es “turística” y que, por consiguiente, hay que centrar los esfuerzos en fortalecer aquellos territorios con clara vocación turística, y quienes defienden que existe un amplio potencial de recursos aún por poner en valor y que hay que apostar por aspectos singulares, diferenciadores, transmitiendo al turista potencial que Jaén es un lugar multidespino, con una oferta muy diversificada (naturaleza, gastronomía, cultura, patrimonio, turismo activo, etc.).
- En cualquier caso, pareció quedar claro que uno de los retos más inmediatos debe ser alargar la estancia de los turistas que nos visitan y asegurar el gasto que realizan en el destino, lo que redundaría en la necesidad de poner todos los esfuerzos en aspectos clave como la diferenciación, la autenticidad y la innovación, amén, por supuesto, de transmitir al potencial cliente la imagen de destino saludable y seguro.
- Además, se hizo referencia a la necesidad de afrontar el reto de la transformación digital, tanto por parte de las empresas como de los destinos, y de la creación de contenidos innovadores en redes sociales y la vinculación emocional con el segmento de mercado al que se dirigen.

- Otro aspecto valorado fue la oportunidad que supone para la provincia, en cuanto a su posicionamiento en los mercados turísticos, el reconocimiento de su oferta a través de distintivos como estrellas Michelin, Patrimonio de la Humanidad, Reservas de la Biosfera, etc.; lo que sugiere seguir apostando por la obtención de este tipo de distintivos.
- Es necesario reforzar la colaboración público-privada en la planificación, promoción y gestión de los destinos jiennenses, a la vez que se fortalece el apoyo institucional al sector empresarial, responsable último de la producción y la comercialización de la oferta turística provincial.
- En este sentido, preocupa la falta de operadores receptivos en la provincia, que sean capaces de asumir las tareas de creación de producto, búsqueda de mercados y comercialización de la oferta turística provincial.
- Por otra parte, la información facilitada por el SIT-Jaén pone de manifiesto que en los últimos años se ha producido una redistribución de flujos turísticos desde los alojamientos hoteleros hacia los alojamientos de turismo rural. Ello, en principio, parecería que no debería suponer un problema para la provincia de Jaén como destino turístico. Al fin y al cabo, cabría pensar que da igual en qué tipo de establecimiento se alojen y que lo importante es que lleguen turistas. Pero puede ocurrir que no gasten la misma cantidad unos que otros, e incluso que la composición del gasto sea diferente, por lo que es necesario analizar en profundidad esta situación.
- En el debate se llegó a poner de ejemplo para el turismo jiennense la apuesta por la calidad, la innovación y la profesionalización que realizó el sector oleícola hace unos años y que sirvió de revulsivo para mejorar sustancialmente su posicionamiento competitivo en los mercados a nivel mundial. Es un buen ejemplo de que el esfuerzo por la mejora continua da sus frutos.