

# INFORME FINAL MESA TEMÁTICA: ESTRATEGIA DESARROLLO SIERRA DE CAZORLA 2020

## ÁREA: 1. ECONOMIA Y SECTOR PRODUCTIVO

## SUBÁREA: 1.2 TURISMO, COMERCIO Y SERVICIOS



**GDR CANDIDATO SIERRA DE CAZORLA**  
c/ La Nava s/n- 23460 PEAL DE  
**BECERRO (JAÉN)**  
**estrategia2020@comarcasierracazorla.**  
**com**  
**Tlfn.: 953731489**

MESA TEMÁTICA CELEBRADA EL 13 DE SEPTIEMBRE DE 2016  
EN LA SEDE DEL GDR SIERRA DE CAZORLA EN PEAL DE  
BECERRO. EL PRESENTE INFORME TIENE CARÁCTER FINAL UNA  
VEZ SOMETIDO A REVISIÓN POR LOS PARTICIPANTES REMITIDO  
VÍA EMAIL PARA APORTACIÓN Y REVISIÓN DEL CONTENIDO DEL  
MISMO. SE HAN INCORPORARADO LAS NUEVAS APORTACIONES  
RECIBIDAS PASANDO A SER INFORME DEFINITIVO, EL CUAL  
SERÁ PUBLICADO EN LA WEB DEL PROYECTO:

<http://www.estrategia2020.comarcasierracazorla.es/economia/1-2-turismo-comercio-y-servicios//>

1. DATOS BÁSICOS									
ÁREA TEMÁTICA	1 – ECONOMÍA Y ESTRUCTURA PRODUCTIVA								
SUBÁREA:	1.2. TURISMO, COMERCIO E INDUSTRIA								
CONVOCATORIA	Convocados/as agentes clave del territorio a través de correo electrónico y llamadas telefónicas. Asimismo se ha invitado a personas encuestadas las cuales indicaron SI a la pregunta de ¿Te gustaría participar en alguna de las siguientes mesas? y clickearon 1.2. –Turismo, comercio e industria.								
LUGAR DE CELEBRACIÓN	SEDE GDR SIERRA DE CAZORLA								
FECHA // HORA	13/Septiembre/2016 10:00 – 13:30 Duración 3,5 h								
2. ASISTENTES									
PERFIL ASISTENTES	A – REPRESENTANTES DE ENTIDADES PÚBLICAS			B - EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO, COMERCIO Y SERVICIOS			TOTAL		
	A1. Alcaldes / Concejales	A2-Técnicos/as Otras Admón relacionadas con Turismo	B1- Empresas de alojamiento y restauración	B2 – Empresas de servicios turísticos	B3 – Información turística	B4 - Empresas de comercio y servicios			
	5	4	2	6	2	3	22		
	9			13					
Mesa coordinada por el GDR:									
<ol style="list-style-type: none"> <li>Gerente del GDR; Juan Antonio Marín Ruiz</li> <li>Técnica de Género y Juventud; Mariola Martínez Fernández</li> <li>Técnico de Turismo: Diego Navarrete Tíscar</li> </ol>									
PARTICIPACIÓN POR TIPO DE PERFIL	GÉNERO	nº	%	JOVEN	nº	%	SECTOR	nº	%
	HOMBRE	13	59%	< 35	8	36%	PÚBLICO	10	45%
	MUJER	9	41%	> 35	14	64%	PRIVADO	12	55%
	TOTAL	22	100%		22	100%		22	100%

### 3. METODOLOGÍA Y DINÁMICA DE LA SESIÓN

- A. **Bienvenida** a los y las participantes, el gerente del GDR Sierra de Cazorla.
- B. **Presentación de la estrategia** 2014-2020 donde se habla de los siguientes temas:
  - 1. Prioridades y objetivos del próximo marco comunitario
  - 2. Características de la metodología LEADER
  - 3. Elaboración de la estrategia de desarrollo local
  - 4. Temporalización del nuevo marco
  - 5. Cómo participar en la estrategia
- C. **Presentación de los/las Asistentes** de la Mesa Temática
- D. Recogida de datos de contacto de los/as asistentes. – **ANEXO I – ASISTENTES MESA TEMÁTICA**
- E. **Diagnóstico cuantitativo y cualitativo:** Análisis inicial del territorio (indicadores, cuestionarios, entrevistas y PREDAFO)
- F. Diagnóstico cualitativo participativo. Análisis del **DAFO TEMÁTICO 1.2 TURISMO, COMERCIO E INDUSTRIA.**
- G. Detección y priorización de Necesidades, potencialidades y ámbitos innovadores. **ANEXO II - Matriz de priorización de necesidades.**
- H. **Potencialidades** (extraídas del DAFO) y aspectos **INNOVADORES**
- I. Determinación de **proyectos** en función de la priorización de necesidades.

### 4. ANÁLISIS INICIAL DEL TERRITORIO: DIAGNÓSTICO CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DEL TERRITORIO

*La información se ha obtenido de cuestionarios, indicadores y entrevistas a agentes clave.*

#### **TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA. AÑO 2015**

La *Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA)*, estima que el interior de Andalucía ha recibido en 2015 la visita de un total de 4,9 millones de turistas, lo que supone el 19,0% del total de turistas que el destino andaluz recibió este año. Respecto al año 2014, y una vez actualizadas las estimaciones correspondientes a dicho año, el turismo de interior ha crecido a una tasa del +5,2%,

El turismo de interior ha crecido ininterrumpidamente desde el año 2011, lo que le ha permitido recuperarse de los importantes descensos registrados en el intervalo 2008-2010, y alcanzar ya en 2015 el nivel precrisis

Los turistas de interior se han sentido muy satisfechos con el destino andaluz, otorgándole en 2015 una valoración media de 8,1 puntos en una escala de 1 a 10, similar a la del año pasado, aunque ligeramente superior a la otorgada por el total de turistas que visitaron la región este año (8,0 puntos). Entre los conceptos mejor valorados por el turista de interior (superiores a la valoración media) destacan los paisajes y parques naturales (8,5 puntos), la atención y el trato recibidos así como el alojamiento (ambos con 8,4 puntos).

#### **ASPECTOS DIFERENCIALES DEL TURISMO DE INTERIOR**

- 1. Los propios andaluces son los principales emisores de esta tipología turística (**el 44,7% de los turistas de interior procede de Andalucía**).
- 2. El turista que visita el interior de Andalucía es **menos estacional** que otros tipos de turismo desarrollados en el destino, pues reparte de manera más uniforme sus visitas a lo largo del año.
- 3. **Estancias más cortas** en el destino: la permanencia en Andalucía del turista de interior es siempre inferior a la del total de turistas que visita la región, si bien en los tres últimos años ha aumentado rápidamente, acortándose las distancias entre ambas estancias.

4. Tradicionalmente el turista de interior realizaba un **desembolso diario** en destino que superaba ampliamente al del turista que visita el conjunto de la región, pero los descensos de los últimos años en el gasto medio diario del turismo de interior han producido un acercamiento entre ambos niveles de gasto, perdiéndose de este modo una característica distintiva del turismo de interior.
5. Uso muy elevado **del coche** para acceder al interior de Andalucía, lo que está directamente relacionado con la mayor presencia de andaluces en esta tipología turística.
6. Ha aumentado su **fidelidad al destino** a lo largo de los años, de modo que ya desde hace un lustro el grado de fidelidad de esta tipología turística se sitúa por encima del que presentan la media del total de turistas de Andalucía (61,0% frente a 57,4% en 2015). Derivado de este conocimiento directo del interior andaluz, también se constata un mayor uso de la experiencia propia como canal de información y un uso menos frecuente de Internet como herramienta para organizar su viaje que los turistas que visitan el conjunto de Andalucía.
7. **Más turistas de edades intermedias y que trabajan**: comparando las características sociodemográficas del turismo de interior con las que presenta el conjunto de todos los turistas que visitaron Andalucía, se aprecian diferencias significativas que se mantienen a lo largo del tiempo en la estructura por edad (menos jóvenes y mayores) y en la situación laboral (más turistas trabajadores y menos estudiantes y jubilados).

## TURISMO Y EMPLEO

Basado en el *Estudio "La influencia del sector turístico en el empleo de la Comarca Sierra de Cazorla". ADR SIERRA DE CAZORLA JUNIO 2010.*

Constituyen prioridades en el ámbito de la UE tanto la lucha contra el desempleo como el mantenimiento del empleo existente y, también, los esfuerzos por mejorar su calidad, situándose esta cuestión entre las prioridades de la agenda política europea. Factores como la estabilidad, la seguridad, la salud y el clima laboral o la cualificación profesional, se constituyen como algunos de los **indicadores del empleo de calidad**.

Se analizó si los empresarios de nuestra comarca tenían o habían tenido alguna otra empresa relacionada con el sector turístico o por el contrario se trataba de su primera experiencia empresarial vinculada a este sector. Según los datos observamos que tres cuartas partes de los empresarios turísticos comarcales reconocen que es su primera experiencia como empresarios en el sector turístico, lo cual no quiere decir que previamente hubieran tenido algún tipo de relación con el mismo.

El perfil de empresario turístico comarcal (excluido hoteles de categoría superior) responde al modelo de micro empresa, de carácter familiar, en la que la persona titular del establecimiento suele ser un trabajador autónomo (en algunos casos los dos miembros de la pareja son trabajadores autónomos) y el resto del personal contratado (dos o tres personas) suelen ser miembros de la unidad familiar o con algún tipo de relación de parentesco o afectiva, que realizan una gran variedad de actividades en función del momento y de la actividad, por lo que es frecuente que realicen funciones de todo tipo: recepcionista, camarero, labores de mantenimiento, jardinería etc.

Se trata de personas que están íntimamente vinculadas al territorio, casi el 60% son originarias de alguno de los 9 municipios que integran la Comarca Sierra de Cazorla, aunque empieza a ser significativo la presencia de emprendedores que apuestan por establecerse y desarrollar su actividad profesional en este territorio motivados por la gran cantidad de recursos disponibles y las posibilidades de negocio que ven en el mismo, sobre todo en el sector de los alojamientos, turismo activo y servicios complementarios.

Siete de cada 10 empresarios afirman que sí se han realizado actividades formativas para los empleados. Por actividades, en empresas de alojamiento un 30% responden de forma negativa mientras que en todas las de turismo activo y en las de alojamiento, turismo activo y restauración aseguran que sí se organizan cursos para sus empleados o se les motiva para que los hagan ya que creen que eso posteriormente tendrá una repercusión directa y será beneficioso tanto para el propio trabajador como para la empresa.

Es en empresas de alojamiento donde es mayor el porcentaje de quienes dicen no haber tenido problemas para encontrar personal que quienes sostienen lo contrario. También se les preguntó qué medios o herramientas utilizaban cuando necesitaban

contratar personal. En primer lugar se recurre al boca a boca, es decir se comenta a los empleados, conocidos etc. para que se lo digan a personas de su entorno que puedan estar interesadas en la oferta, también es importante el porcentaje de empresario que en sus selecciones de personal recurren a solicitudes directas mediante currículum vitae. En un número elevado de empresarios entrevistados hemos detectado una valoración cuanto menos negativa del papel desempeñado por el Servicio Andaluz de Empleo como intermediario y entre la oferta y la demanda de empleo. La principal crítica está referida al poco nivel de adecuación de los candidatos seleccionados por parte del SAE y a la cantidad de candidatos que se envía para que participen en el proceso de selección.

## MUNICIPIOS Y TURISMO

Desarrollo desequilibrado de la influencia del turismo en todos los municipios, el desarrollo turístico no se realiza en la periferia del parque natural (donde se ubican los municipios). Esto conlleva también desequilibrios en iniciativa pública y privada (a veces no son correspondidos los esfuerzos de una de las partes)

Deficiencias en el Grado de conservación de cascos urbanos de interés turístico: edificios en estado de ruina y abandono, soterramiento de cableado, gestión del tráfico (peatonalización de cascos turísticos, aparcamientos, variantes para tráfico pesado, accesibilidad universal,...) Destacar las apuestas de algunos municipios, como Quesada, en la involucración de la población con el embellecimiento.

Apuesta de los municipios por el embellecimiento: mejora de la pavimentación, de la luminaria eficiente, plazas públicas, rutas de movilidad urbana, señalización en cascos urbanos (Plan de Dinamización Turística).

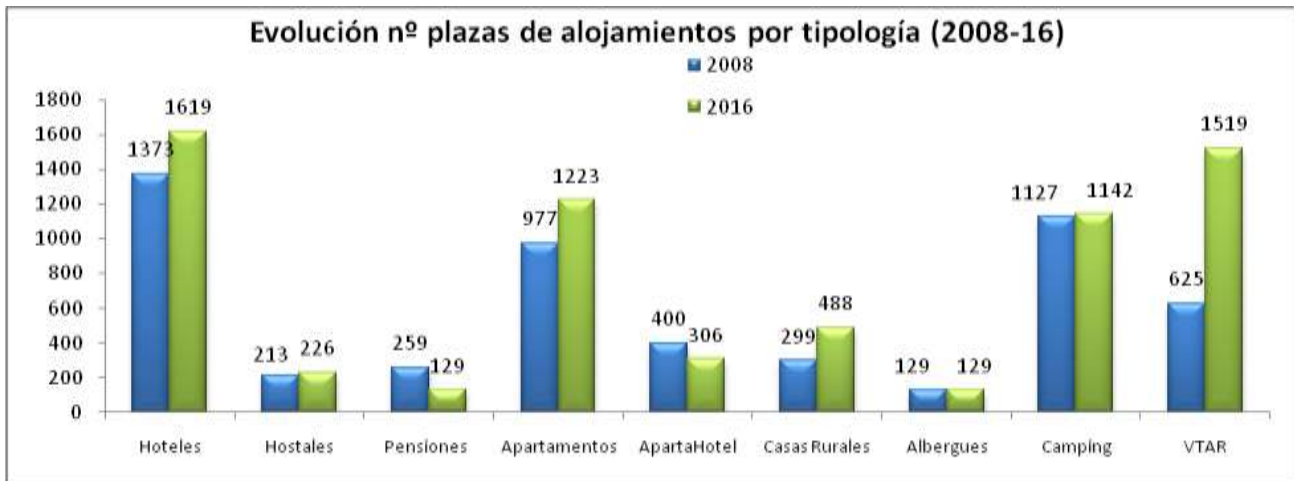
## OFERTA TURÍSTICA y COMERCIAL

Se adjunta como **ANEXO INDICADORES MESA TURISMO, COMERCIO Y SERVICIOS**

Enorme peso específico de la oferta alojativa comarcal respecto a la provincial. Por tipología:

TIPOLOGÍA	% RESPECTO A LA PROVINCIA (ANDALUCÍA)	
	PLAZAS	ESTABLECIMIENTOS
HOTELES	21% (0,65% respecto a Andalucía)	23 % (2,08% respecto a Andalucía)
APARTAHOTELES	69 %	60%
CASAS RURALES	24% (3,8% respecto a Andalucía)	29% (4,7% respecto a Andalucía)
VTAR	44%	53%
APARTAMENTOS	28%	14 %
CAMPING	19%	21%
TOTAL ALOJAMIENTOS	30% (6781) / (22719)	36% (427) / (1172)

## Evolución de la oferta turística 2008 – 2016



En los últimos 8 años se ha incrementado el número de alojamientos en 208 de los cuales 183 son VTAR (entendemos que se ha producido la regularización e inscripción de casas que ya ofrecían el servicio y han inscrito el alojamiento) y 28 Casas Rurales. En total un incremento de 1.379 nuevas camas

Gran crecimiento en la oferta extrahotelera (competencia desleal y economía sumergida) 290 VTAR (68% del total de alojamientos) con 1519 plazas (22% de las plazas alojativas).

Diversidad de oferta alojativa: hoteles de 4\*(8 con 650 camas), casas cueva, casas rurales: de montaña, de olivar, molinos, parador nacional, albergue juvenil, hoteles-spa, aparta-hoteles, aulas de la naturaleza... El 21% de las plazas hoteleras de la provincia de Jaén. 24% de plazas hoteleras de 4\* de Jaén. El 32 % del total de plazas de alojamientos de la provincia de Jaén con 6.781 plazas

De las 67 Casas Rurales sólo 8 son de categoría superior. Destacar el municipio de Hinojares que con únicamente 355 habitantes presenta 231 camas hoteleras, siendo el municipio con mayor número de Casas Rurales (22)

4 campings de TERCERA CATEGORÍA. No existen ni de 2ª, ni de 1ª, ni Gran Lujo. El 19 % del total de plazas de camping de la provincia de Jaén.

Oferta de turismo activo variada al menos en número (24 empresas)

Incremento de los Museos y Centros de Interpretación (14) y de gran atractivo.

Oferta de Educación Ambiental importante en cuanto a recursos, como número de empresas y experiencia.

Incremento de los Puntos de Información Turística (5).

Demanda de equipamientos de apoyo al sector turístico: aparcamiento, pantalán, observatorios, zonas de almacenamiento de equipos (piraguas), vestuarios.

Oferta gastronómica.- poca interrelación con productos locales (prevalece el coste sobre la calidad o el producto local): cordero segureño, gastronomía local, productos y variedades de huerta, y sobre todo, el aceite como gran protagonista. Nueva cocina y diversidad de cocina.

Gran red de caminos y senderos que presentan deficiencias en el mantenimiento, producto turístico GR-247 BOSQUES DEL SUR.

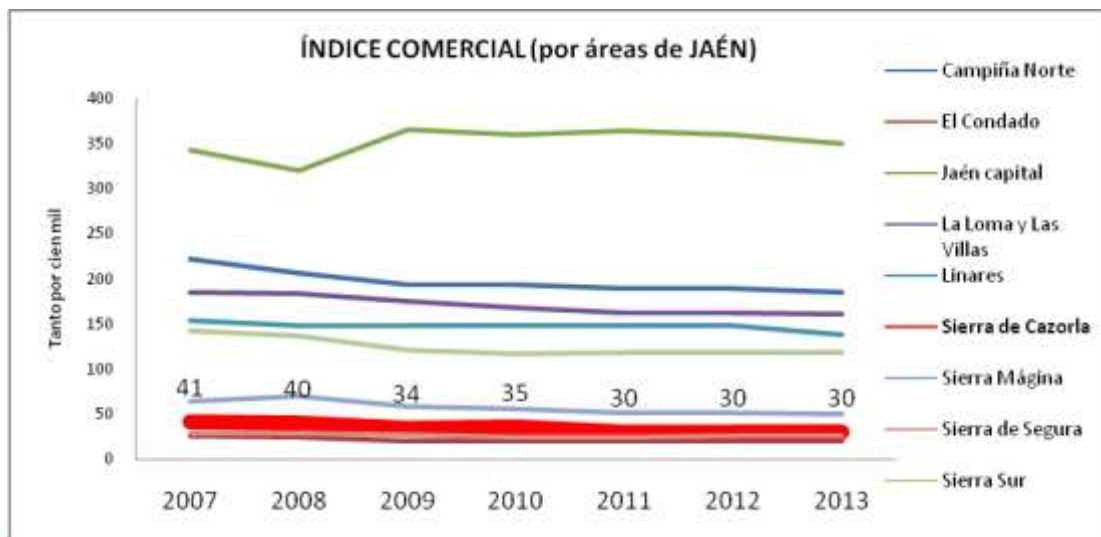
La señalización turística ha mejorado bastante en los últimos años. Asignatura pendiente la señalización privada y excesiva y su mantenimiento

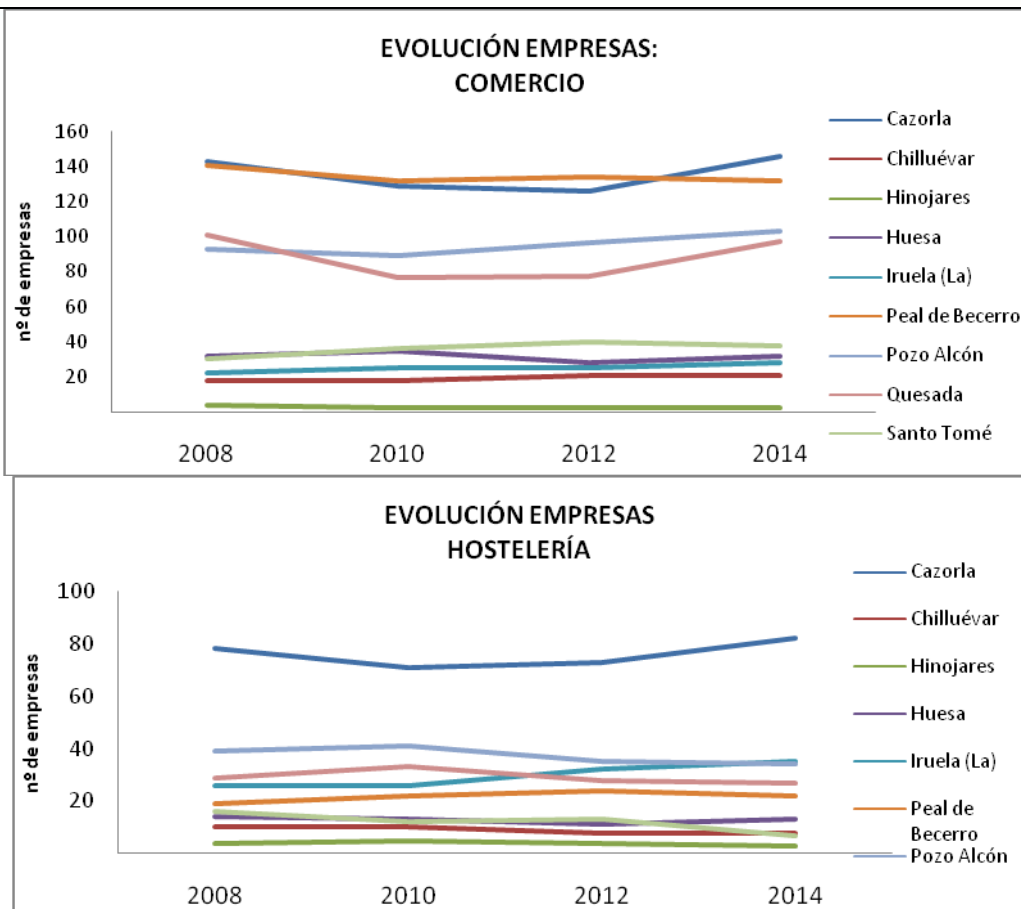
Sistemas de calidad implantados: Q de calidad, ISO 14001 (número bajo), Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) y Sistema Integral de Calidad en Destino (SICTED). Destacar el gran número de empresas adheridas a la CETS (con 37 en el P.N.) siendo el Espacio Protegido andaluz que entidades presenta. Estos dos últimos sistemas (CETS y SICTED) con dificultades de mantenimiento debido a la gestión gratuita del servicio, soportado por la existencia de recursos humanos y económicos tanto de la Oficina del Parque Natural (CETS), como de los 3 GDRS del Parque, Diputación, Consejería de Turismo (componentes de la Mesa de Calidad SICTED). Los empresarios visualizan los beneficios de estos sistemas para la gestión interna y organizativa y no tanto en beneficios de promoción o ventaja competitiva.

29 Bienes de Interés Cultural que incluyen: monumentos, conjuntos históricos, zona arqueológica.

La principal actividad económica de la comarca es la agricultura, seguida del sector servicios donde se incluyen actividades ligadas al turismo, comercio, constituyendo como la mejor alternativa de diversificación del monocultivo del olivar.

El índice comercial con un valor de 30 y en descenso es el antepenúltimo de las comarcas jienenses. Mientras que el Industrial con 38 es el penúltimo solo superando a la Sierra de Segura.





## GESTION TURÍSTICA y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Necesidad de darle todas las facilidades al visitante: mejora de la información turística

Dificultades en la participación público-privada. Faltan mecanismos de cooperación en beneficio de la planificación, gestión de la información, participación en eventos, etc. Actualmente existe como estructura la Asociación de Turismo Sostenible del Parque Natural en proceso de revitalización. Las distancias y extensión del Parque Natural también es un hándicap negativo, para la participación y asociacionismo.

El asociacionismo empresarial está presente, sobre todo en el comercio, aunque con baja actividad. Existencia de una Asociación de Turismo Sostenible del Parque Natural que ha pasado por el ostracismo y se encuentra en fase de revitalización.

Ausencia de un observatorio del sector, que gestione la información turística: quejas y reclamaciones, valoraciones, procedencia del visitante, gasto medio, pernoctaciones, estacionalidad. Existencia de varias encuestas en el territorio pero sin una efectividad territorial por su ausencia de tratamiento.

Según última encuesta (Dinamización Turística municipio Cazorla, marzo) los aspectos más valorados sobre una lista de 20 que hacían referencia a cuestiones relacionadas con el lugar, la visita y la experiencia, fueron la calidad del aire, el medio natural y la hospitalidad. Los menos valorados son la movilidad, la accesibilidad y el ruido.

## TURISMO Y MEDIO AMBIENTE

Apuesta por las Energías Renovables y por el Turismo Sostenible en la Comarca en el sector turístico. Instalaciones variadas con implantación de calderas de biomasa. El Parque Natural presenta con un total de 37 empresas, el espacio de Andalucía con mayor número de empresas acreditadas con la Carta Europea de Turismo Sostenible. Actualmente con dificultades de



mantenimiento de estos sistemas (gratuidad del servicio y dependiente de recursos por las Administraciones o Gestores).

Detección de puntos negros en depuración de aguas y en la recogida de basura (sobre todo en el reciclaje y por encima en el Parque Natural). Mala imagen de los contenedores.

Exceso de capacidad de carga en determinados puntos y periodos (Cerrada de Utrero, Borosa, Nacimiento del Guadalquivir, ...)

Los turistas valoran altamente el paisaje como principal atractivo

### TURISMO Y GÉNERO - JUVENTUD

Necesitamos un sector turístico más profesionalizado, esto crearía oportunidad para los jóvenes. Son sectores potencialmente generadores de empleo y de emprendimiento por mujeres y jóvenes. En algunos casos con un alto nivel de ocupación, por ejemplo turismo activo donde se requieren condiciones físicas altas.

Hay mujeres en turismo activo, recepción, aunque donde más están representadas es en la limpieza (trabajo feminizado). No existe la conciliación familiar en este tipo de trabajos.

### PROYECTOS INCENTIVADOS EN PROGRAMAS DE DESARROLLO RURAL ANTERIORES: PRODER 1996-20, PRODERA 2000-06 Y LIDERA 2007-13.

<p><b>INCENTIVOS A INICIATIVAS PRIVADAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Hoteles</li> <li>● Empresas de turismo activo</li> <li>● Trenes turísticos</li> <li>● Aulas de la naturaleza</li> <li>● Agencia de viaje</li> <li>● Restaurantes y mesones rurales</li> <li>● Almazara/museo visitable</li> </ul>
<p><b>ASISTENCIA A FERIAS</b></p>	<p>FITUR (Madrid), TIERRADENTRO (Jaén), INTUR (Valladolid), FIO (turismo ornitológico Monfragüe), TARIFA (ornitológico) TURISMUR (Torrepacheco – Murcia) SIT (Barcelona).</p> <p>Otras de forma indirecta con Diputación /Turismo Andaluz (Berlín, Rutland)</p>
<p><b>MATERIAL Y PROMOCIÓN TURÍSTICA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Guía de servicios</li> <li>● Guía de la Comarca</li> <li>● Catálogo de patrimonio cultural de la Comarca</li> <li>● Mapas de la comarca</li> <li>● Mapas en destino (empresas de turismo)</li> <li>● Guías de aves en el Parque Natural en español e inglés</li> <li>● Guía de Flora y Fauna del Parque Natural</li> <li>● Toponimia y Etnografía Serrana</li> <li>● Educación ambiental – Unidad Didáctica del Parque Natural</li> <li>● Programas en vivo RADIO NACIONAL DE ESPAÑA</li> <li>● Material proyecto <b>Territorios del Guadalquivir</b> (Live Your Tour)</li> </ul>

<p><b>PRODUCTOS TURÍSTICOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bono turístico cultural GYPI (museos y centros de interpretación de la Comarca)</li> <li>• GR 247 – Bosques del Sur</li> <li>• Señalización de senderos locales y de pequeño recorrido (SL Y PR)</li> <li>• Ruta de senderismo de los Maquis</li> <li>• Senderos ornitológicos</li> <li>• Patrimonio oleícola</li> <li>• Indicación Geográfica Protegido del Cordero Segureño</li> <li>• Jaén Espacio Natural</li> <li>• Ecoturismo (Carta Europea de Turismo Sostenible)</li> </ul>
<p><b>EVENTOS DEPORTIVOS Y CULTURALES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Triatlón</li> <li>• Carrera de Orientación en la Naturaleza</li> <li>• Raid Aventura</li> <li>• Maratón BTT</li> <li>• Carrera de Montaña</li> <li>• Festival de Blues Cazorla</li> <li>• Nacimiento Viviente El Fontanar</li> <li>• Paseando por los senderos de Jaén</li> <li>• Navegando por los embalses de Jaén</li> <li>• Día de la Comarca</li> </ul>
<p><b>FORMACIÓN</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora de la calidad turística en el destino (SICTED)</li> <li>• Jornadas técnicas de mejora y actualización de conocimientos para guías y monitores de la naturaleza</li> <li>• Turismo ornitológico para guías de turismo y para alojamientos de turismo</li> <li>• Jornadas de Aceite AOVE en la restauración</li> <li>• Prevención de riesgos laborales en empresas de turismo activo</li> <li>• Eficiencia energética en el sector turístico</li> <li>• Estudio sobre la influencia del sector turístico en el empleo de la Comarca Sierra de Cazorla</li> </ul>

## 5. DIAGNÓSTICO DEL TERRITORIO

### 5.1 DIAGNÓSTICO CUALITATIVO PARTICIPATIVO-DAFO

Con la aportación por el GDR SIERRA DE CAZORLA, a modo de ejemplo de cada uno de los apartados del DAFO (en negrita) se propone a cada uno de los subgrupos incorporar nuevos ítems. Posteriormente cada subgrupo añade al cuadro puntos que no estén ya reflejados en el cuadro DAFO.

Se adjunta **ANEXO 10** con matriz DAFO TURISMO, COMERCIO Y SERVICIOS.

## 6. NECESIDADES, POTENCIALIDADES

A partir de las conclusiones obtenidas en el diagnóstico, el grupo participante ha identificado las siguientes NECESIDADES Y POTENCIALIDADES del territorio:

- |   |  |
|---|--|
| 1 | Infraestructuras, equipamientos y servicios de desarrollo del sector turístico y servicios |
| 2 | Mejora de la oferta turística basada en la sostenibilidad e innovación                     |
| 3 | Capacitación y cualificación del sector turístico y servicios                              |
| 4 | Mejora de la gestión, comunicación, comercialización y marketing del sector turístico      |

La priorización de necesidades se realiza a través de los grupos de participantes y se realiza una votación sobre una MATRIZ DE PRIORIZACION DE NECESIDADES, considerando potencialidades del territorio y el esfuerzo requerido. VER **ANEXO II – MATRIZ DE NECESIDADES**

Los criterios de priorización utilizados han sido:

Criterios de priorización de NECESIDADES:	PONDERACIÓN
C1: Cambio climático	7,5%
C2: Igualdad de oportunidades	25 %
C3: Medio Ambiente	7,5%
C4: Innovación	7,5%
C5: Participación de la Juventud	15 %
C6: Importancia en la economía Local y en la generación de riqueza	7,5%
C7: Creación y mejora de la calidad de empleo	7,5%
C8 : Carácter multiplicador (efectos positivos para generar nuevas oportunidades y sinergias adicionales)	7,5%
C9: Cohesión territorio y social	7,5%

En negrita aparecen los obligatorios según el Manual Técnico de apoyo para la elaboración de las Estrategias de Desarrollo Local LEADER en Andalucía 2014-20 (V3)

Como escala de puntuación:

-1: NEGATIVO 0:NULO; 1: BAJO; 2:MEDIO; 3: ALTO; 4:MUY ALTO

Los criterios relacionados con **C2: Igualdad de oportunidades** y **C5: Participación de la Juventud**, representan una

ponderación del 25% y 15% sobre el total, siendo de 7,5% los del resto de criterios (siguiendo las recomendaciones del Manual Técnico)

Tras la realización de la sumatoria de todos los resultados, y la ponderación de los criterios, así como el factor de corrección (se utiliza para equilibrar tanto en grupos formados como en nº de criterios utilizados en otras Mesas Temáticas y pueda ser equiparado) obtenemos como resultado de la matriz el siguiente orden de prioridad:

	NECESIDADES PRIORIZADAS	TOTAL
1	Capacitación y cualificación del sector turístico y servicios	12,43
2	Mejora de la gestión, comunicación, comercialización y marketing del sector turístico	11,20
3	Mejora de la oferta turística basada en la sostenibilidad e innovación	10,13
4	Infraestructuras, equipamientos y servicios de desarrollo del sector turístico y servicios	8,76

## 7. DETERMINACIÓN DE PROYECTOS Y/O ACTIVIDADES

A partir de la priorización de las necesidades los y las asistentes a la mesa temática proponen unas líneas de actuación dirigidas a cubrir las necesidades del territorio.

Las propuestas han sido:

### NECESIDAD 1 - Capacitación y cualificación del sector turístico y servicios

Capacitación del sector turístico y servicios en técnicas de comercialización, comercio electrónico, gestión empresarial, productos especializados, mejora de la calidad e interpretación

Capacitación en educación ambiental, sostenibilidad e información del Parque Natural

Divulgación y dinamización de antiguas labores y de la artesanía del territorio

Proyectos de cooperación relacionados con las buenas prácticas en el sector turístico y el comercio rural (productos locales, agrotiendas, artesanía, ...)

### NECESIDAD 2 - Mejora de la gestión, comunicación, comercialización y marketing del sector turístico

Asistencia a ferias temáticas,

Material promocional del destino, en especial con información en varios idiomas y con recomendaciones relacionadas con la conservación de la naturaleza y el medio ambiente, así como segmentación de la oferta de ocio

Promoción distinguida a las empresas turísticas eco-responsables

Gestión de la información y observatorio turístico. Discriminación positiva de la oferta hotelera frente a fórmulas de arrendamiento inmobiliario

Creación de una intranet para los agentes turísticos: Contactos comerciales, compartir información sobre calendario y agenda turística, cultural, encuestas de satisfacción,...

Aplicación de nuevas tecnologías y herramientas web de promoción turística

### NECESIDAD 3 - Mejora de la oferta turística basada en la sostenibilidad e innovación

Innovación en el sector turístico y servicios que promueva un turismo especializado sostenible

Creación de Clubes de producto

Mejorar la gestión turística , promoviendo una mayor coparticipación y coordinación público-privada, sectorial e intersectorial

Dinamización de la oferta gastronómica y de los productos agroalimentarios del territorio

### NECESIDAD 4 - Infraestructuras, equipamientos y servicios de desarrollo del sector turístico y servicios

Valorización del patrimonio rural: arqueológico, forestal, agrario, etnográfico

Apoyo a iniciativas privadas que diversifiquen territorialmente y mejoren la oferta turística con aumento de la calidad y mejora de la sostenibilidad: mejora eficiencia energética, agua, residuos, así como la accesibilidad y la señalización

Mejora de los entornos urbanos como atractivo turístico y comercial: Accesibilidad universal, Embellecimiento de pueblos (aumento de zonas verdes, promoción y localización de zonas de baño, soterramiento de cableado, mejora lumínica), señalización urbana, movilidad, mejora de la iluminación

Señalización urbana y rural: rutas y senderos de diferentes tipologías, temáticas y dificultad : bicicleta, peatón, caballo, ..., ruta forestal, arte rupestre, maquis,

Diversificación territorial, mejora y acondicionamiento de las visitas a los recursos turísticos: zonas de aparcamiento a autocares y autocaravanas, señalización, elementos de seguridad, iluminación, audioguías, accesibilidad

## 8. VALORACIÓN DE LA SESIÓN Y CIERRE

En total han participado en la mesa de Articulación, Situación Social y Participación ciudadana, 22 personas de la comarca Sierra de Cazorla, procedentes de distintas instituciones, con cargo técnicos y representantes políticos así entidades asociativas. El número de mujeres que ha asistido a esta mesa ha sido 9 y 8 personas menores o iguales a 35 años. El trabajo se organizó en sesión plenaria en la primera parte de la mesa y mediante grupos de trabajo en la segunda parte. La participación de los y las asistentes ha sido muy activa y propositiva.

## 9. JUSTIFICACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN: DOSSIER FOTOGRÁFICO



## 10. ANEXO DAFO TURISMO, COMERCIO Y SERVICIOS

DEBILIDADES	AMENAZAS
D1.2.1 Es un destino maduro en el que es difícil cambiar dinámicas	A1.2.1 Calidad del empleo en el sector. Subempleo
D1.2.2 Transporte público deficitario entre los recursos turísticos y de acceso al Parque Natural	A1.2.2 Débil Inversión Pública de las Administraciones en infraestructuras eléctricas y viarias acceso a la comarca e intercomarcales y otros accesos menos comunes al Parque Natural
D1.2.3. Baja profesionalización del sector: idiomas, atención al cliente, servicios	A1.2.3 Tramitación administrativa lenta y compleja tanto en el emprendimiento como en autorizaciones
D1.2.4. No existe un RECEPTIVO o entidad que gestione productos y paquetes turísticos	A1.2.4 Saturación y exceso de la capacidad de carga en determinados puntos y fechas
D1.2.5. Déficit importantes en la comercialización del producto turístico	A1.2.5 Estacionalidad del turismo
D1.2.6 Mejora de la oferta gastronómica: diversa, local, nueva cocina, "tapeo"	A1.2.6 Inexistencia de una estrategia y planificación comarcal o Parque Natural potente
D1.2.7. Tejido asociativo empresarial débil con escasa participación	A1.2.7 Los sistemas de ayudas públicas o concesiones administrativas no permiten planificar ni invertir
D1.2.8. Recogida de basura, en especial en el interior del Parque Natural. Puntos negros de basura (contenedores)	A1.2.8 Destinos como Aragón, Cataluña, Asturias y Navarra, entre otros, han desarrollado destacados productos turísticos de naturaleza representativa una importante competencia, así como otros más cercanos: Sierra Nevada, Alpujarras, Doñana,...
D1.2.9. Débil planificación estratégica comarcal colaboración entre el ámbito público y privado	A1.2.9 Desaparición de la artesanía y antiguas labores por el relevo generacional
D1.2.10. Crecimiento de la oferta extrahotelera	A1.2.10 Ausencia del territorio de los circuitos turísticos organizados
D1.2.11 Desequilibrios en la relación Iniciativa Pública - Iniciativa privada en los dos sentidos	A1.2.11 Masificación de equipamientos y zonas del Parque Natural de forma estacional
D1.2.12. Articulación del territorio: dificultades en la visita integral de la Comarca	A1.2.12 Desconexión con vías importantes de comunicación
D1.2.13. Calidad del empleo turístico bajo: temporalidad, subempleo, baja remuneración, baja cualificación	A1.2.13 Profesiones muy feminizadas dentro del sector: limpieza
D1.2.14. Oficina de turismo de Cazorla mal ubicada	A1.2.14 Falta de inversión de empresas externas sector comercio e industria al territorio por su localización y desconexión
D1.2.15. Cascos urbanos atractivos: embellecimiento, accesos, señalítica, accesibilidad, peatonalización	

D1.2.16. No existe un observatorio turístico, estudios de mercado ni datos de usuarios gestiona la información turística: quejas y reclamaciones, valoraciones, procedencia del visitante, gasto medio, pernoctaciones, estacionalidad, que permita una adaptación
D1.2.17 Descentralización de la información turística del territorio
D1.2.18 Déficit en promoción y producción turística especializada
D1.2.19 Desequilibrio territorial del desarrollo turístico, no todos los municipios de la periferia se benefician del turismo
D1.2.20 Información turística en varios idiomas (cartas de menú, guías turísticas, páginas web,...)
D1.2.21 Incorporación baja de las nuevas tecnologías e internet en el sector turístico y comercial (reservas on line, venta on line, apps, web oficiales de Ayuntamientos,...)
D1.2.22 Gestión del tráfico. Peatonalización de lugares de interés turístico
D1.2.23 Ausencia o mal estado de equipamientos públicos básicos (piscinas, aparcamientos, senderos, ...)
D1.2.24 Atractivo hacia el turismo extranjero y a hacia turista clase media-alta
D1.2.25 Déficit de la red de infraestructura eléctrica
D1.2.26 Falta de equipamientos y servicios de apoyo al sector turístico especializado (ornitológico, deportivo, turismo accesible, cultural, ...)
D1.2.27 Dificultades con el ciclo integral del agua eficiente en determinados puntos de la comarca
D1.2.28 Imagen dispersa de la promoción turística: miles de folletos
D1.2.30 Baja o nula presencia de actividades de artesanía y de productos agroalimentarios vinculados al territorio y al sector turístico
D1.2.31 La ubicación de la comarca lejos de grandes ciudades, complementariedad con destinos sol y playa, así como de los principales transportes públicos (aeropuerto, estación de tren - alta velocidad, autovías)
D1.2.32 Impactos visuales o paisajísticos de determinadas actuaciones y edificaciones
D1.2.33 Inversiones en infraestructuras y equipamientos muy polarizada en cierta zonificación (Valle del Guadalquivir)



FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1.2.1 Espacio Natural Protegido más grande de España y Segundo de Europa	O1.2.1 Ocio y Turismo deportivo en auge
F1.2.2 Destino consolidado y conocido: Marca Sierra de Cazorla y P.N. ... vinculado al turismo de naturaleza	O1.2.2 Apoyo a emprendedores por las administraciones desde las posibilidades diferentes de financiación y de gestión conjunta de proyectos a nivel comarcal, Parque Natural y Provincial: SICTED, CETS, Oleotur, GR-247, Ruta de los iberos
F1.2.3 Gran potencial turístico de la comarca con un gran atractivo	O1.2.3 Oleoturismo y paisaje del olivar sostenible, integración de productos y servicios en Oleotur Jaén. "Mar de olivos pero con peces". Agricultura Ecológica y sostenible
F1.2.4 Emprendimiento y Generación de empleo femenino en este sector	O1.2.4 Fórmulas de trabajo cooperativo y asociativo, Empresarial e Intersectorial
F1.2.5 Aumento del número de visitantes a la comarca en los últimos años	O1.2.5 Marcas de calidad en turismo : SICTED, CETS, ISO, Q, Marca Parque Natural
F1.2.6 Riqueza y Diversidad Patrimonio natural flora y fauna, geología. Diversidad paisajística y de hábitats. Elevado número de endemismos	O1.2.6 Turismo Accesible en el Parque Natural
F1.2.7 Patrimonio cultural complementario al natural. Red de Centros y museos de interpretación, etnográfico, etc.	O1.2.7 Incremento de la cuota de mercado internacional de España y Andalucía como destino turístico.
F1.2.8 Destino turístico del territorio como Sostenible y de Calidad: Carta Europea de Turismo Sostenible y Sistema Integral de Calidad Turística en Destino	O1.2.8 Plan Estratégico de Turismo de Interior de Andalucía
F1.2.9 Unión de tres Comarcas bajo el paraguas del Parque Natural - cooperación territorial	O1.2.9 Incremento de cuota y de visitantes del Turismo de Interior y del Ecoturismo
F1.2.10 Diversidad de oferta de turismo activo y tipología de alojamientos	O1.2.10 Turismo especializado y experiencial: Cicloturismo, ornitológico, astronómico, geoparques, Turismo Familiar, Turismo Fluvial, BTT, trashumancia, caminos naturales
F1.2.11 Incremento de la calidad turística en la oferta (número de alojamientos de 4*, implantación de sistemas de calidad, ...)	O1.2.11 Carta Europea de Turismo Sostenible como instrumento de planificación sostenible
F1.2.12 Procedimientos de simplificación de autorización de actividades en la Naturaleza	O1.2.12 Vinculación y sinergias de la producción agroalimentaria y otros sectores con el turismo
F1.2.13 Recursos vinculados al patrimonio forestal y agrario	O1.2.13 Potencial de nuestro patrimonio rural, cultural y arqueológico: viaje al tiempo de los iberos, Batalla de Baécula, Ceal, Tugia; , así como el forestal y agrario (tornajos, acequias, mieras, lavaderos
F1.2.14 Apuesta en la Comarca por las energías renovables, aunque se evidencia una falta de empresas	O1.2.14 Parques Naturales de Jaén con el mayor número de especies amenazadas de la península ibérica
F1.2.15 Oferta de Educación Ambiental importante, en cuanto a recursos y entidades	O1.2.15 Monumentos naturales de la Cueva del Agua en Quesada y los Picos del Guadiana
F1.2.16 Condiciones inmejorables del territorio para los deportes en la naturaleza y eventos	O1.2.16 Apuesta por la Gastronomía: Diversificación, Slow-food, cocina y productos locales (cordero segureño), nueva cocina, mejora de las rutas del "tapeo"

F1.2.17 Clima favorable con estaciones diversas	01.2.17 Atractivo del territorio para el arte y la creatividad: entornos naturales para la música, la cultura
F1.2.18 Elementos culturales y deportivos de prestigio creciente (Zabaleta, Miguel Hernández, Blues Cazorla, Toya, Baecula, GR-247 Bosques del Sur, Festival del Aire	01.2.18 Rutas urbanas y senderos señalizados en los entornos de los municipios. Planes de movilidad
F1.2.19 Baja contaminación lumínica: calidad del cielo nocturno de estos territorios y su idoneidad para la práctica de la astronomía	01.2.19 Utilización de materiales y sistemas constructivos locales. Construcción Sostenible
F1.2.20 El empleo verde y el turismo con grandes posibilidades de empleo para jóvenes	01.2.20 Jaén Espacio Natural (4 Parques Naturales con especiales valores faunísticos: especies amenazadas de la península ibérica)
F1.2.21 Normativa urbanística más restrictiva y reguladora: elementos distorsionadores, fachadas enlucidas,...	01.2.21 Promoción de "Viajes a tu aire", organizados de forma individual
F1.2.22 Cercanía a Úbeda y Baeza Patrimonio de la Humanidad y a más distancia, Granada	01.2.22 Productos y servicios bajo la marca Medio Ambiente
	01.2.23 Incremento del turismo en España tanto en visitas como en pernoctaciones
	01.2.24 Crecimiento de la Demanda de un turismo más especializado
	01.2.25 Desarrollo emergente de la Construcción Sostenible
	01.2.26 Desarrollo del Ecoturismo en España y Europa
	01.2.27 Nuevas tecnologías en aplicación al marketing e información turística
	01.2.28 Asistencia a ferias con productos turísticos especializados
	01.2.29 Concentración de la información turística, Guías del Parque Natural: Casas Rurales, Alojamientos, Turismo Activo, Senderos para BTT, a pie, a caballo rutas en vehículo, culturales, agenda, centros de visitantes y museos. Recursos naturales (flora, fauna, setas, geología,...)
	01.2.30 Distribución de la capacidad de carga en el territorio
	01.2.31 Procedimientos administrativos simplificados. Administración electrónica
	01.2.32 Asociación Comarcal de Artesanos
	01.2.33 Participación de forma activa en Workshops y Fam Trip organizados desde Diputación, Turismo Andaluz, ...
	01.2.34 Capacidad y atractivo del territorio para turismo de eventos, reuniones, incentivos etc.
	01.2.35 Identificación y promoción de zonas de baño compatibles
	01.2.36 Apoyo a la agricultura ecológica, para evitar la contaminación y reducción de la biodiversidad que provoca la agricultura convencional y que deteriora el turismo de naturaleza.