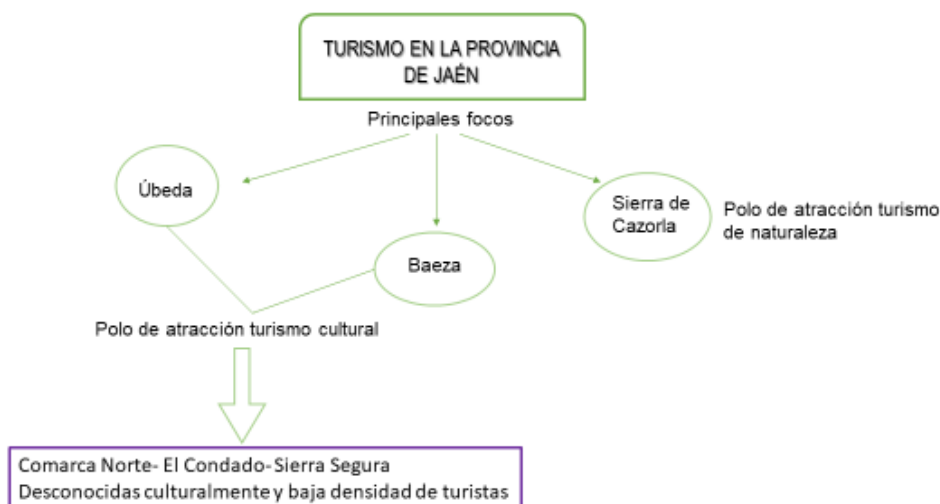


RUTAS ALTERNATIVAS: UNA NUEVA VISIÓN TURÍSTICA

PARTE I: Identificando necesidades.



1. Descripción de la necesidad detectada

La provincia de Jaén tiene una gran potencialidad turística, toda ella, en cuanto a paisaje, gastronomía y monumentos se refiere. Sin embargo, gran parte de ella se queda eclipsada por la sombra que proyectan, principalmente, dos ciudades Patrimonio de la Humanidad: Úbeda y Baeza.

Por esto, nuestro proyecto pretende sacar a la luz un conjunto de municipios con una gran riqueza cultural, capaces de atraer a un grupo poblacional específico interesado en un turismo cultural.

2. Resultados de la búsqueda de productos/servicios similares ya existentes en el sector

En el conjunto de municipios que hemos elegido como espacios objetivos del proyecto, nos hemos encontrado con una ausencia notable de actividades y/ o proyectos por parte de las instituciones locales de cara al fomento y puesta en valor del capital cultural de los mismos.

Esto no ha hecho si no alentarnos a presentar un producto que lleve a cabo las acciones que no tienen presencia alguna en estos pueblos.

3. Resultados de la evaluación de la idea

Tras la realización del “*test de evaluación de ideas*” de la Agencia de desarrollo local del Ayuntamiento de León, los resultados que hemos obtenido respecto a nuestro proyecto, de manera pormenorizada son los siguientes: La Idea (68%), El mercado (78%), El Equipo (76%) y Recursos (80%). Alcanzando el 75 % la Evaluación de la Idea en su totalidad.

PARTE II. Solución ideal

1. Resumen de la Solución (máx. 150 palabras).

La problemática que hemos detectado en la Comarca Norte, El Condado y gran parte de la Sierra de Segura, puede considerarse como un vacío cultural de estas zonas. Vacío que queda inevitablemente ligado al término de “España vaciada culturalmente”. Es por esto, que la solución ideada para impulsar el cambio de esta tendencia ha sido la de plantear un conjunto de rutas alternativas a las existentes, que conecten el conjunto de municipios y consigan posicionarse al nivel de los dos polos de atracción, como son Úbeda y Baeza, en cuanto a turismo se refiere.

Todo esto daría como resultado un aumento en la actividad económica, fomentando el desarrollo local y poniendo en valor el patrimonio, tanto a los naturales del lugar como a foráneos.

2. Descripción del producto/servicio

Las rutas alternativas planteadas se conformarían en base a la conexión de monumentos que fueron construidos en el mismo periodo histórico. De tal manera que vamos a encontrar una ruta prehistórica, protohistórica, medieval, moderna y contemporánea. El resultado de esto será una “unión” de municipios, conectados por el mismo nexo, pudiendo así llegar a crear una mancomunidad de municipios que se encuentran dentro de este proyecto. Estas rutas serán interpretativas, contando con asociaciones y grupos teatrales locales. Localizados en Baños de la Encina, Torreperogil, Beas de Segura, Santisteban del Puerto, Castellar y Linares.

Por otra parte, y debido a la situación actual, los grupos reducidos de las rutas y la atracción turística que está presentando el interior, favorecerá la aplicación de dicho proyecto. Y que tendrá continuidad en la denomina “era *post-covid*”

3. Actividades y productos/servicios prestados

Los grupos teatrales encargados de la interpretación de las rutas son de diferentes pueblos se encuentran dentro de las rutas, actuando así como empresas externas al proyecto.

4. Mercado: clientes y competencia

El nicho de mercado que pretende alcanzar este proyecto es el del turismo cultural, en zonas donde no existe. Es por esto, que la penetración en dicho ámbito va a resultar sencillo, ya que existe escasa competencia.

Por otra parte, el cliente objetivo que tiene este proyecto se encuentra en unas edades comprendidas desde los seis a 60 años. Este amplio espectro poblacional se debe a la gran accesibilidad que tienen las rutas alternativas, temáticas e interpretativas, que captan el interés a los más pequeños y los más mayores. De hecho, pretenden adaptarse las características de los clientes, haciéndolas aún más atractivas.

5. Innovación/Valor añadido diferencial frente a competidores

Este producto es ciertamente innovador, ya que no existe uno parecido aplicado en el conjunto de las tres zonas de la Provincia de Jaén. Además, se trata de un producto diversificado, en el cual confluyen muchos elementos que complementándose, dan como resultado un producto completo y tras su aplicación sobre terreno, da sendos beneficios en muchos ámbitos como el económico, social y cultural.

Partiendo de la puesta en valor de los sitios y edificios emblemáticos, unido a la participación ciudadana, se llegará a un desarrollo local y a un enriquecimiento cultural de propios y extraños.