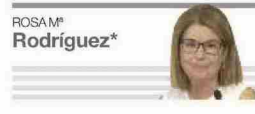


La ventana de la UJI

¿Por qué un instituto de investigación en turismo?

Es necesario abrir un periodo de reflexión para redefinir, eso sí, con urgencia qué queremos ser y qué turismo queremos



ROSAM* Rodríguez*

Hablar de turismo es, sin temor a equivocarnos, hablar de la industria más importante a nivel mundial. Las cifras de 2019, previas a la pandemia, así lo indicaban. La actividad turística representaba la décima parte del PIB y del empleo mundial. Ese mismo año se desplazaron más de 1.500 millones de personas en el mundo para hacer turismo, es decir, uno de cada cuatro habitantes del planeta. En el caso de España, esos mismos datos resultaron ser más espectaculares si cabe ya que, según Exceltur, el peso que tuvo en el PIB de 2019 fue del 12,4% y del 12,9% en el empleo. E incluso mejores para la Comunitat Valenciana, con un 15,5% del PIB y un 15,9% del empleo, siendo tras los archipiélagos, la comunidad autónoma donde el turismo tenía mayor peso en su economía. Pero es que hoy, en enero del 2023, todo apunta a que seguirá siendo así, uno de los principales motores económicos de la Comunitat Valenciana en general y de nuestro territorio, la provincia de Castellón, en particular. Los datos del 2022 similares a los de la pre-pandemia y las buenas noticias que desde Fitur nos han llegado esta pasada semana no nos hacen pensar lo contrario.

Y es justo ahora, en un escenario pospandemia con las consecuencias que la misma ha tenido para esta industria, cuando se ponen de manifiesto una serie de retos en mayúscula que exigen iniciativas a la altura de las circunstancias. No obstante, debe señalarse que no se hace referencia a nada de lo que no se tuviera constancia en el pasado más reciente. La crisis del coronavirus no ha hecho más que acelerar procesos que ya estaban en marcha al visibilizar, aún más, muchas de las debilidades de la industria: masificación, baja rentabilidad, pérdida de singularidad y autenticidad, banalización y deterioro de los recursos culturales y medioambientales, trabajo precario, rechazo de parte de la ciudadanía...

También, por parte de la demanda, nos encontramos ante

una sociedad más compleja, heterogénea, fragmentada, exigente y mejor informada donde los cambios generacionales, los nuevos hábitos de consumo, el creciente valor de la experiencia, el descubrimiento de lo auténtico, de lo local y la preocupación por la sostenibilidad han transformado las preferencias de las personas que viajan. Así pues, se espera una evolución en el concepto del viaje, un turismo más reflexivo; experiencias más significativas vinculadas a la búsqueda de la autenticidad, la singularidad, la identidad local; el bienestar, y una mayor preocupación por la sostenibilidad, el cambio climático y un consumo más responsable y circular.

Por todo ello es necesario reconsiderar nuestro modelo turístico y en consecuencia, abrir un período de reflexión para redefi-

nir, eso sí, con urgencia qué queremos ser y qué turismo queremos. La hoja de ruta de la vieja normalidad del turismo ya no sirve y como decía **Andy Stalman**, no se puede descubrir un mundo nuevo usando mapas viejos. Se trata de impulsar una nueva hoja de ruta que implique una transformación profunda del modelo de desarrollo turístico, una agenda de renovación gradual pero radical que exige trabajar a muchos niveles, también desde la investigación, con una respuesta colectiva al reto planteado.

En este sentido, la Universitat Jaume I de Castelló, que desde siempre ha demostrado un fuerte compromiso hacia su entorno social más próximo y con el conocimiento de que generar nuevo conocimiento es la mejor manera de responder, puede y debe asumir su responsabilidad de contribuir a la consecución de este ambicioso objetivo. Y es por ello, por lo que en este preciso momento se justifica y por tanto se propone, la creación de un Instituto de Investigación en Turismo.

La creación del instituto adquire todo el sentido ante este reto. Su conveniencia se explica por el cambio de paradigma ante el que nos encontramos. Hoy ya es aceptado que el turismo debe ser sostenible, accesible, inclusivo, responsable... y no nos estamos refiriendo a tipologías turísticas ni tampoco a segmentos turísticos sino a una forma concreta de entender y hacer turismo. Será, por tan-

to, necesario adoptar un conjunto de actuaciones donde la sostenibilidad sea el eje de la recuperación y la reconstrucción del sector turístico, y se resigne el papel del turismo en la sociedad contemporánea. El turismo debe, y tiene la capacidad, de contribuir a un ecosistema económico más equilibrado y colaborativo, y a un desarrollo territorial sostenible.

Con la creación de este Instituto se pretende aunar diferentes campos de investigación, al tiempo que impulsar nuevas líneas de investigación multidisciplinares en turismo. La inclusión de investigadores de diferentes áreas de conocimiento potenciará las sinergias entre ellas y contribuirá con sus investigaciones y desde una visión integral a facilitar la transición hacia el nuevo modelo de desarrollo turístico. La transferencia de conocimiento hacia el territorio será objetivo prioritario de este Instituto.

Además, desde el Instituto se promoverá la formación de calidad en relación con todos aquellos conocimientos y competencias que se considere pertinente ofrecer en cada momento y también se proporcionará asesoramiento a las diversas instituciones y empresas relacionadas con el sector que así lo soliciten. =

***Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universitat Jaume I. Coordinadora del grupo de investigación GETUR, Gabinete de Estudios Turísticos**

Hace falta adoptar actuaciones donde la sostenibilidad sea el eje de la recuperación y la reconstrucción de nuestro sector turístico