

PLAN TURÍSTICO

GRANDES CIUDADES

DE JEREZ



Ayuntamiento de Jerez



Junta de Andalucía
Consejería de Turismo, Patrimonio, Cultura,
Justicia y Administración Local

PLAN TURÍSTICO DE GRANDES CIUDADES DE JEREZ

Índice	Páginas
1) Introducción	4-5
2) Diagnóstico de la situación turística de la ciudad de Jerez, tendencias y escenarios previsibles, estadísticas referidas al empleo y turismo con perspectiva de género.	
2.1) Tendencias y escenarios previsibles.	6 - 20
2.2) Análisis actividad turística.	20 - 48
2.3) Análisis DAFO actividad turística de Jerez.	49 - 56
2.4) Población, estadísticas de empleo y turismo con perspectiva de género y discapacidad.	57 - 78
3) Necesidades y objetivos básicos del turismo en la ciudad, definición del modelo con las orientaciones estratégicas generales.	
3.1) Adecuación del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez a las especificaciones, directrices, principios rectores, retos, objetivos y líneas estratégicas del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020.	79 - 94
3.2) Objetivos del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez.	95 - 96
3.3) Orientaciones estratégicas generales del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez.	97 - 106
3.4) Justificación de la conveniencia y oportunidad de ser objeto de un Plan Turístico de Grandes Ciudades.	107 - 110

2

4) Identificación de los recursos urbanos, culturales y paisajísticos susceptibles de conformar productos turísticos y los criterios básicos para su puesta en valor, uso sostenible y promoción.	111 - 176
5) Iniciativas de Contenido Turístico a abordar para la consecución de los objetivos generales.	177 - 194
6) Marco financiero del Plan.	195
7) Causas y procedimiento de modificación y extinción.	196 - 198
8) Organización para la gestión del Plan.	199
9) Fórmulas de coordinación, cooperación y colaboración entre las Administraciones Públicas implicadas y entre estas, el sector turístico y la ciudadanía. Cauces de participación.	200 – 203
10) Mecanismos de evaluación y seguimiento.	204
11) Difusión y conocimiento del Plan.	205
12) Periodo de vigencia del Plan.	206

1) Introducción

El Ayuntamiento de Jerez visualiza como reto y oportunidad el hecho de contar con el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez, una nueva figura de planificación turística, que permitirá el desarrollo de esta industria en el territorio, principalmente en el núcleo urbano de la ciudad e incluso, en su área de influencia.

Conscientes de la importancia de la industria turística en la economía local, como sector estratégico generador de empleo y riqueza, el Ayuntamiento de Jerez apuesta por acometer este reto con el objetivo de promover el desarrollo de una actividad y oferta turística que permita la sostenibilidad en todos sus enfoques, desestacionalizar la demanda y posicionar la marca.

4

Jerez cuenta con un destacado patrimonio etnográfico y una riqueza cultural milenaria que abarca bienes patrimoniales tangibles e intangibles. Esta riqueza cultural, a su vez, ha dado lugar a atractivos turísticos singulares y diferenciados, que cuentan con el reconocimiento de los mercados y públicos nacionales e internacionales.

Esta destacada y diferenciada oferta de atractivos ha hecho posible posicionar el destino y su marca en mercados nacionales e internacionales, y atraer una importante tasa de viajeros, atraídos por la autenticidad de la oferta.

El Ayuntamiento de Jerez cuenta con la experiencia de haber desarrollado, en colaboración con las distintas administraciones, un Plan de Excelencia Turística y un Plan Turístico de Jerez. Estos planes han reportado grandes logros y hecho posible el desarrollo y crecimiento de la industria turística local.

El Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez pretende conservar los rasgos culturales que diferencian, marcan y definen el patrimonio y paisanaje de la ciudad, así como realizar una apuesta por la calidad y la excelencia turística como hilo conductor para lograr la satisfacción y cubrir las expectativas de los viajeros que visitan el destino.

Jerez adopta como finalidad en su Plan Turístico de Grandes Ciudades el fomento, la promoción y mejora de la competitividad de la oferta turística local, teniendo en cuenta su repercusión y aportación a la actividad turística de la provincia de Cádiz y Andalucía, con el fin de lograr un desarrollo integral y sostenible de la actividad turística y el territorio.

5

2) Diagnóstico de la situación turística de la ciudad de Jerez, tendencias y escenarios previsibles, estadísticas referidas al empleo y turismo con perspectiva de género.

2.1) Tendencias y escenarios previsibles

La industria turística está en continuo movimiento y evolución por lo que resulta indispensable conocer el escenario y las tendencias tanto a nivel local, como nacional e internacional, lo cual permitiría adelantarnos a posibles situaciones adversas, afrontar la definición de estrategias y toma de decisiones de forma acertada y con ello, la consecución de los objetivos fijados.

Hay factores que han de marcarse como base en la consecución de objetivos, como es la necesidad de coordinación y gestión público – privada, incorporar los conceptos de innovación y nuevas tecnologías, el desarrollo de nuevos modelos y actividades de negocio, así como la mejora del empleo en la industria turística, como base para generar valor añadido en la economía local.

A este respecto, la política de cohesión europea marca como prioridades estratégicas las siguientes:

Crecimiento inteligente:

- Potenciar la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación.
- Mejorar el acceso, el uso y la calidad de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- Mejorar la competitividad de las pymes, del sector agrícola y del sector de la pesca y acuicultura.
- Apoyar el paso a una economía con bajas emisiones de carbono en todos los sectores

Crecimiento sostenible:

- Promover la adaptación al cambio climático y la prevención y gestión de riesgos.
- Proteger el medio ambiente y promover la eficiencia en el uso de los recursos.
- Promover un transporte sostenible y eliminar los estrangulamientos en las infraestructuras de red fundamentales.

Crecimiento integrador:

- Promover el empleo y favorecer la movilidad laboral.
- Promover la inclusión social y luchar contra la pobreza.
- Invertir en educación, mejorar las competencias profesionales y la formación continua.
- Mejorar la capacidad institucional y la efectividad de la Administración pública.

7

A nivel internacional, España vuelve a alzarse en 2019 con el primer puesto en el ranking de competitividad turística según el Foro Económico Mundial, por delante de Francia y Alemania, consiguiendo la más alta posición de liderazgo.

Se entiende que esta posición aventajada es posible gracias a la riqueza de sus recursos naturales y culturales, el estado y desarrollo de sus infraestructuras y su capacidad de adaptación a los hábitos de consumo digitales, lo peor valorado es la burocracia en los negocios.

La Estrategia Europa 2020 y la política de cohesión europea para el período 2014-2020 son la base de los objetivos y criterios de priorización de la Junta de Andalucía respecto de la investigación, la innovación y el uso de las tecnologías de la información, así como las prioridades de especialización de la economía andaluza.

A fin de contar con una información exhaustiva del escenario y tendencias de la industria turística, se ha tomado como referencia el Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020 (PEMTH2020), documento que cuenta con un diagnóstico estadístico a nivel Andalucía y que analiza la situación económica actual, las cifras turísticas, el entorno empresarial, la oferta de alojamiento, un análisis pormenorizado de los 25 principales mercados emisores de turistas y un estudio sobre los principales segmentos turísticos andaluces, así como un diagnóstico de la implantación y uso de las nuevas tecnologías por la oferta y la demanda. Así mismo recoge un diagnóstico estratégico que determina la competitividad de Andalucía como destino, a nivel cartera de mercados, tendencias, posición digital, etc.

El Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020 de Andalucía establece una planificación estratégica que parte del consenso con la industria turística andaluza y concluye que las acciones estratégicas están dirigidas a impulsar el desarrollo del sector turístico andaluz, a partir de la implementación de las tecnologías de la información y de las comunicaciones, el incremento de la competitividad y la mejora del posicionamiento digital, así como del crecimiento, consolidación e internacionalización de las empresas turísticas.

8

El Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020 expone que Andalucía como destino es un espacio diverso e innovador donde el turismo ha alcanzado una reconocida consideración como actividad estratégica, cuenta con una posición de liderazgo y se constituye como destino de referencia para el turismo internacional y nacional.

Andalucía conforma un producto sólido y en continua evolución, cuenta con un considerable crecimiento tanto en oferta como en demanda, incorporando segmentos turísticos complementarios al de sol y playa, el turismo de interior y naturaleza, el cultural o el urbano, que aumentan la diversidad y el atractivo del destino.

Se parte de la premisa de que el turista no ha dejado de avanzar en su nivel de exigencia, el escenario internacional evoluciona y se produce la aparición de nuevos y sorprendentes destinos, a la vez que los destinos existentes van cambiando y aumentan su reconocimiento y competitividad.

9

Para mejorar la competitividad de los destinos es necesario investigar e innovar en la creación de productos turísticos que permitan la diversificación y diferenciación de la oferta, en la mejora de la accesibilidad universal y el desarrollo de nuevos modelos de turismo, así como realizar un esfuerzo en la mejora en de la calidad del empleo.

El fortalecimiento del tejido empresarial y la adaptación de la oferta a la demanda, junto con la profesionalización de las personas trabajadoras, favorecen el cambio en los hábitos de consumo, principalmente mediante nuevos productos turísticos diseñados acorde a las nuevas demandas de los consumidores.

Los viajes y el consumo turístico se han visto notablemente influenciados por los cambios tecnológicos. El turista potencial y real percibe y se ve influenciado por múltiples elementos que le motivan, lo que incrementa el interés por la realización y disfrute de actividades durante los viajes y asistir a eventos culturales, de ocio, creativos, educativos, etc.

Las nuevas características de los consumidores y las tendencias muestran que el entorno digital ofrece un efectivo sistema para la promoción y comercialización de una oferta turística muy dinámica y en continuo cambio por parte del tejido empresarial.

La experiencia turística toma relevancia y se convierte en el motivo de atracción al destino turístico. Esto hace necesario la incorporación de las nuevas tecnologías que permitan promocionar y comercializar las nuevas y diversas propuestas turísticas.

10

Las tendencias y nuevas características de los consumidores muestran la necesidad de adoptar el conocimiento del entorno digital como un efectivo sistema para la promoción y comercialización de una oferta turística que cada vez es más dinámica. A su vez, la digitalización debe ir de la mano de un esfuerzo transversal por formar a las personas trabajadoras en el uso y gestión de las nuevas tecnologías.

Este hecho ha dado lugar al desarrollo de herramientas de promoción y comercialización, que hacen posible que estas nuevas ofertas lleguen a los destinatarios finales. Es el caso de las plataformas verticales especializadas que se convierten en escaparates del destino y de productos.

Jerez es un destino turístico que se refleja en los parámetros de comportamiento del destino provincia de Cádiz y Andalucía. Por ello, el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez asume como claves de la competitividad turística las definidas en el Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020.

Las claves del desarrollo turístico a medio y largo plazo se establecen en la sostenibilidad, la innovación, la segmentación, la calidad y la excelencia.

La sostenibilidad integral del espacio turístico se constituye como referente clave a la hora del desarrollo del destino. La sostenibilidad social, cultural, ambiental y económica se convierte en una necesidad y asegura la supervivencia del destino turístico a medio y largo plazo, así como la fijación de la población al territorio por medio de empleo estable y de calidad.

11

La innovación se incorpora de forma continua al sector turístico, debido a la constante evolución y cambios en las tendencias de consumo. Ha de aplicarse el concepto de innovación a todas las fases que hacen posible el desarrollo de productos y servicios que se ofrecen y prestan al cliente.

Es necesario innovar en la creación de nuevas experiencias y propuestas turísticas, así como en la mejora de la accesibilidad a la información de la oferta y el servicio al cliente. Este hecho hace necesario la adopción de prácticas innovadoras en la creación de producto, en los procesos de gestión y producción, y el uso de nuevas tecnologías que faciliten la accesibilidad y satisfacción del cliente.

Las múltiples motivaciones que interactúan con la demanda hacen necesaria la segmentación de la oferta turística y su presentación con el objetivo de lograr un aumento del atractivo del destino y el consiguiente efecto en el interés del viajero.

Una mayor segmentación de productos en el desarrollo de la oferta turística es imprescindible para ajustarse a las tendencias de la demanda. Se necesita un esfuerzo conjunto por parte del sector público y privado y una apuesta por la cogestión y el trabajo en red, haciendo posible el desarrollo de ofertas turísticas diversas y diferenciadas, que permitan maximizar la experiencia en el destino, ampliar la estancia y aumentar las opciones de consumo, entre otros.

El desarrollo de plataformas verticales se hace indispensable debido a su capacidad de inventariar y catalogar la oferta, así como combinar el producto turístico con especial incidencia en el turismo experiencial y de eventos, haciendo posible el desarrollo y comercialización de programas y ofertas a la carta.

La percepción de calidad sigue siendo la base de la reputación del destino y afecta a la calidad aplicada al servicio turístico, así como a la calidad experiencial y emocional que se asocia al destino. Hemos de considerar que la experiencia anterior y las recomendaciones de amigos y familiares se conforman como las mayores influencias a la hora de la elección turística. La importancia de la experiencia anterior y la recomendación de amigos y familiares se constituyen como principales vías de conocimiento y decisión a la hora de visitar el destino Jerez, con un porcentaje en 2019 del 16,67% y 41,48% respectivamente.

12

La satisfacción de la demanda ha de asegurarse desarrollando medidas que nos lleven a conseguir reducir la diferencia entre las expectativas y lo realmente percibido por el turista o visitante. Superar las expectativas es posible a partir de la excelencia de los servicios y productos, dando lugar a una mayor fidelización del destino a través del efecto boca-oreja.

Es interesante avanzar en la calidad hasta abordar la excelencia como un factor clave en la satisfacción de la demanda y, por ello, ha de constituirse como pilar del desarrollo de la oferta turística. El uso de las nuevas tecnologías facilita que las experiencias y grado de satisfacción se transmitan con enorme rapidez y facilidad. Esto influye de forma positiva y negativa, según el caso, en la reputación de un servicio, producto, destino y en el reconocimiento exterior de la marca.

13

La necesidad de incorporar la innovación, la calidad y la excelencia a la oferta turística genera una continua necesidad de formación de los profesionales a fin de actualizar sus conocimientos y la puesta en común de los mismos, así como implantar nuevas estrategias en las empresas que mejoren el servicio al usuario.

Las acciones estratégicas del Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020 de Andalucía están dirigidas a impulsar el desarrollo del sector turístico a partir de la implementación de las tecnologías de información y de las comunicaciones, a fin de incrementar la competitividad y la mejora del posicionamiento digital de las empresas turísticas, fomentar el crecimiento, consolidación e internacionalización de las mismas.

Teniendo en cuenta la realidad turística, asumimos las tendencias que tienen que ver con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) aplicadas al turismo, ya que facilitan la generación de nuevos modelos de consumo y recomendación turística.

La necesidad de ajustarse a la oferta que se está desarrollando y a los hábitos de la demanda provoca un inevitable cambio en la comercialización turística. La oferta se ha incrementado y han aparecido múltiples productos para el consumo, este cambio en la forma de consumir hace necesario modificar la forma de presentar, promocionar y comercializar la oferta.

Como tendencias claves para seguir e implantar en el territorio andaluz destaca la aplicación de Big Data, tecnología que nos permite recoger y procesar datos acerca del perfil y comportamiento de la demanda, y de las tendencias del mercado, para convertirlos en conocimiento de las necesidades y preferencias del público objetivo. Este análisis de la información nos va a permitir abordar de forma acertada la toma de decisiones para el desarrollo de productos y servicios, además de facilitar información de interés para atraer inversiones y oportunidades empresariales.

Por otra parte, hay una clara tendencia a demandar experiencias turísticas ligadas a la riqueza cultural, patrimonial y natural del destino. Estas nuevas tendencias y la necesidad de promover la accesibilidad a la oferta turística, obliga a incorporar la innovación en todas las fases de desarrollo de la oferta y consumo.

La innovación ha de aplicarse de forma efectiva a la acción de marketing, y por ello, aparecen las ya mencionadas plataformas verticales, la utilización de técnicas de remarketing, email marketing, estrategias con enfoque social como webs, blogs y redes sociales, Internet of Things y tecnologías wearable, video marketing como story telling y live streaming, el marketing relacional en base a influencers youtubers, instagramers o blogueros y para finalizar las fases de consumo, se han de incorporar herramientas de fidelización digital.

La industria turística ha de incorporar el uso de herramientas y técnicas de análisis capaces de aportar conocimiento del comportamiento, motivaciones, expectativas y satisfacción de las personas y con ello acercar los productos y servicios de forma puntual y personalizada al público objetivo. Con esto se logra ofrecer una total personalización de los servicios ajustados al perfil de cada cliente, lugar, momento y hábitos de consumo.

15

Los destinos inteligentes han de ser capaces de generar datos que hagan posible la sostenibilidad del espacio turístico y permitir una gestión innovadora e inteligente del mismo.

Un destino turístico inteligente (Smart Destination) ha de incorporar infraestructura tecnológica que permita el desarrollo sostenible del territorio turístico, la accesibilidad universal y facilite la interacción e integración del visitante en el entorno social y físico a través de la aplicación del uso de nuevas tecnologías por parte de los usuarios como: Wifi en espacios públicos, dispositivos multimedia como parte del mobiliario urbano, apps turísticas de productos y destino, información en tiempo real, entre otros, a fin de incrementar el valor y calidad de la experiencia en el destino.

Además, se han de considerar las tendencias emergentes en el contexto actual como pueden ser una mayor inversión en tecnología para mejor comercialización, gestión empresarial y optimización de los tiempos por parte de las empresas.

Igualmente, el tejido empresarial debe incorporar e invertir en nuevos modelos de gestión basados en la tecnología al objeto de optimizar procesos de gestión empresarial, la comercialización y el nivel de competitividad empresarial, además de potenciar el valor del destino y la satisfacción y percepción de la demanda en todas las fases de consumo. En cuanto a la promoción y comercialización turística, se tiende a incorporar la realidad virtual, la realidad aumentada, la interacción con hologramas, imágenes 3D virtuales, etc.

Se detectan como tendencias emergentes a considerar el 'ecoturismo' capaz de preservar el medio natural a partir de un comportamiento de respeto y de transmisión de valores medioambientales, culturales y sociales, a la vez que diversifica y diferencia la oferta en busca de un modelo de turismo sostenible.

16

Así mismo, el 'Turismo naranja' se proclama como un motor de atracción para que el viajero llegue a materializar el desplazamiento al territorio. Se trata de un turismo que genera desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas.

Una tendencia que une la creación artística, ocio y tiempo libre creando una nueva segmentación turística. Genera riqueza ya que su consumo implica servicios que se fundamentan en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos.

Además, se está desarrollando una clara tendencia a consumir 'ciudad', lo que hace oportuno y promueve el desarrollo por parte de los gestores turísticos y empresas, de propuestas culturales y de ocio que ejerzan su poder de atracción y de complementariedad de otros atractivos. Esta oferta turística de carácter urbano permite su geolocalización mejorando la accesibilidad, así como, incrementa estancia, el consumo y el gasto en el destino.

Los festivales de música, certámenes culturales y eventos organizados como citas permanentes en el calendario cultural han creado atractivos turísticos que elevan la seducción del destino y promueve la desestacionalización y sostenibilidad del mismo.

Los eventos se constituyen como elementos diferenciadores y desestacionalizadores de la oferta y la demanda y por ello, los destinos tienen la oportunidad de crear eventos que complementen la oferta turística y permita la promoción del destino. Los eventos se convierten en una oportunidad para posicionar el destino, así como ofrecen la posibilidad a las empresas de desarrollar ofertas complementarias paralelas.

También ha experimentado un importante auge, y la tendencia indica un crecimiento exponencial, la 'economía colaborativa', es decir, el intercambio, regalo, compensación de productos y servicios que se hace posible gracias a internet, el desarrollo de las comunidades sociales en internet, los nuevos criterios de consumo, etc. El viajero ha evolucionado y la asociación entre usuarios que comparten intereses se ha convertido en el canal para satisfacer su necesidad de viajar. De esta forma aparecen las plataformas peer-to-peer (P2P) que facilitan el soporte tecnológico para el desarrollo de los intercambios entre proveedores y clientes.

17

Otra de las tendencias que se está registrando es la creación de ‘instalaciones aspiracionales’, lugares que se han pensado y creado para emocionar al viajero, buscando el efecto de admiración y sorpresa a partir de recursos paisajísticos, naturales, patrimoniales y culturales. Estas instalaciones demandan la especialización y excelencia en la prestación de servicios a partir de actividades singulares y diferenciadas que insisten en el aspecto emocional y experiencial.

Por otro lado, y a fin de tomar decisiones en cuanto a desarrollo de productos y servicios, se han de analizar los principales mercados turísticos emisores de viajeros al territorio, tanto tradicionales como emergentes, esto nos permitirá orientar las estrategias de marketing a aplicar.

Este hecho genera la necesidad de promocionar el destino Andalucía a nivel internacional y llegar a todos los rincones del planeta. Pero no todos los mercados son igual de importantes, ni cuantitativa ni cualitativamente. Hay mercados muy importantes para Andalucía en función del volumen y otros lo son según determinadas características o variables, como el gasto medio, temporada, accesibilidad, etc.

Andalucía viene realizando una segmentación estratégica de la oferta y que a su vez corresponde a un determinado perfil de la demanda. En base a un exhaustivo análisis, se ha podido jerarquizar los segmentos de actividad turística y formar una matriz de importancia de segmentos turísticos andaluces a partir de cuatro niveles de prioridad.

18

Prioridad estratégica	Segmentos
Nivel máximo	<ul style="list-style-type: none"> Cultural Familiar Interior Litoral / sol y playa
Nivel alto	<ul style="list-style-type: none"> Activo Enogastronomía Golf Reuniones y congresos Urbano Nieve
Nivel medio	<ul style="list-style-type: none"> Cruceros Deportivo Idiomático Lujo / compras Náutico Salud y bienestar
Nivel bajo	<ul style="list-style-type: none"> Accesible Astroturismo Cinegético Cinematográfico Ecuestre. Industrial Ornitológico Religioso y otros

El destino turístico Jerez define sus intereses en segmentos ya considerados por el destino Andalucía, si bien el valor que se aporta a estos segmentos es diferente. Jerez parte de una realidad específica y diferente a la región en general, entre otras causas motivado por diferentes factores como pueden ser, que es una ciudad situada en segunda línea de playa, ser referente en la actividad ecuestre, vitivinícola, cultural y deportiva.

De esta forma, Jerez cuenta con un importante desarrollo de productos a partir de la oferta ecuestre, enoturística, arte flamenco, eventos deportivos relacionados con el motor y fiestas, entre otros. En el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez se definen acciones de desarrollo y promoción orientadas a estos segmentos turísticos de interés, ya avanzados, y otros que se perfilan como emergentes, según grado de prioridad.

20

2.2) Análisis actividad turística

El turismo es la industria de mayor crecimiento, su desarrollo es relevante para la economía y generación de empleo a nivel mundial. El marco competitivo cada vez es más complejo y, consecuentemente, más difícil. Prácticamente todos los países y regiones optan en la actualidad, en la medida de sus posibilidades, por el turismo como actividad económica y herramienta de reequilibrio territorial.

La actividad turística es sensible a posibles influencias, dependiendo en demasía de factores externos como pueden ser: factores económicos, sociodemográficos, políticos, seguridad, culturales, medioambientales y tecnológicos, entre otros.

El crecimiento económico refleja, a pesar de la crisis, una mejora de la confianza empresarial y de los consumidores, apoyada en la diversificación de negocios, mejoría del mercado laboral y situación del entorno internacional. Sin embargo, se hace necesario solventar la existencia de carencias estructurales y obtener un mayor equilibrio.

Según la organización mundial del turismo, el turismo mundial registra en 2019, 1,5 billones de viajes en todo el mundo y un crecimiento del 4% con respecto al año anterior y se prevé el mismo crecimiento para 2020.

Francia, España y Estados Unidos se posicionan como principales mercados receptores de turistas a nivel internacional.

Pese a los numerosos retos a los que se ha enfrentado Europa en los últimos años, el turismo viene mostrando una extraordinaria fortaleza y ha consolidado su contribución al crecimiento económico, la creación de empleo y el bienestar social. Los últimos datos referidos a la Unión Europea reflejan que sus Estados miembros registraron un sólido crecimiento y la industria turística sigue siendo uno de los pilares fundamentales de la estrategia de la Unión Europea para el desarrollo económico de los países, el fomento del empleo y el crecimiento.

21

España sigue posicionada como potencia mundial en turismo, uno de los pilares básicos de nuestra economía, tanto como fuente generadora de divisas, como potente instrumento de integración social y regional.

Los viajeros residentes representan un 48,5% del total, realizan el 34,8% del total de pernoctaciones durante 2019, aumentando un 2,6% con respecto al año anterior. Las pernoctaciones de viajeros no residentes representan el 51,5% del total de viajeros, realizan el 65,2% de las pernoctaciones hoteleras y registran un aumento de 0,1% en el año anterior.

Según el INE, España recibió 83,7 millones de turistas en 2019 y consigue su séptimo récord consecutivo en número de viajeros. Se registró un incremento del 1,1%. A esta cifra se suman 42,4 millones de excursionistas que visitaron España, registrando un aumento de un 1,7%.

Llegadas de viajeros internacionales por tipo de visitante	Millones
Total visitantes	126.065.492
Excursionistas	42.364.481
Turistas	83.701.011

Fuente INE. Datos 2019

Durante 2019, los principales mercados emisores de los turistas internacionales llegados a España fueron: Reino Unido, Alemania y Francia.

Reino Unido, con 18,07 millones de turistas, se mantiene como el principal país emisor de visitantes. La llegada de turistas residentes en Reino Unido descendió un 2,4%, la de turistas alemanes un 2,1%, y la de turistas procedentes de Francia se redujo un 1,2%. Italia y Países Bajos son los mercados emisores extranjeros que se posicionan a continuación.

En cuanto a la forma de entrada a España, 68,7 millones de turistas utilizaron la vía aérea en 2019, con un aumento del 1,7%, por carretera llegaron 12,8 millones, lo que supone un 1,2% menos que el año anterior, seguido del ferrocarril y el transporte marítimo.

La duración media de los viajes de los viajeros internacionales fue de 7,2 días, lo que ha supuesto un descenso de 0,2 días respecto a la media del año 2018.

22

A Cataluña llegaron cerca de 19,4 millones de turistas, Islas Baleares se situó cerca de los 13,7 millones, Canarias, con más de 13,1 millones de turistas y Andalucía recibió 12,1 millones de turistas, un 3,4% más que en 2018. A Andalucía le siguen Comunidad Valenciana, con 9,6 millones y Comunidad de Madrid, con 7,6 millones.

En cuanto al destino nacional al que se dirigen estos turistas internacionales y en los que mayor gasto se produce, destacan: Cataluña, con 21.325 millones de euros y un crecimiento de 4,1%, Canarias, con 16.866 millones de euros y las Islas Baleares, con 14.878 millones de euros. Andalucía se posiciona en cuarto lugar, con 12.527 millones.

El gasto de los turistas internacionales que visitaron España en 2019 alcanza los 92.278 millones de euros, lo que supone un incremento del 2,8% con respecto al año 2018, a la vez que se consolida la tendencia de crecimiento de los últimos años.

23

El gasto en transporte internacional (no incluido en paquete turístico) es el gasto mayor, con un 20,2% del total del gasto y un crecimiento del 2,6% con respecto a 2018. El paquete turístico y las actividades fueron los siguientes dos conceptos en los que se registra un mayor gasto, con un 20% aproximadamente cada uno, destacando un fuerte crecimiento del 9,3% el gasto en actividades. El alojamiento es el siguiente concepto de gasto con 14.060 millones de euros.

El gasto de los turistas que no viajaron con paquete turístico, el 70,8% del total, subió un 5,5% y el de los que contrataron paquete turístico decreció un 3,1%.

Tipo de gasto	Gasto total 2019 (millones €)
Gasto en paquete turístico	18.486
Gasto no incluido en paquete turístico	73.792
Gasto en transporte internacional	18.660
Gasto en alojamiento	14.060
Gasto en manutención	13.958
Gasto en actividades	18.233
Otros gastos	8.881
	92.278

Fuente: INE. Datos referidos a 2019

El gasto en paquete turístico representa el 20% del gasto y las actividades, un 19,8%, habiendo experimentado un incremento del 9,3% en tasa anual con respecto al año anterior.

El gasto medio por turista internacional es de 1.102 euros, lo que supone un aumento de 1,7%, y el gasto medio diario es aproximadamente de 154 euros, un 5,8% más que el año anterior.

24

Gasto de los turistas internacionales	Valor
Gasto total (millones de euros)	92.278 mill
Gasto medio por turista (euros)	1.102 euros
Gasto medio diario (euros)	154 euros
Duración media del viaje (días)	7,2 días

Fuente: INE. Datos referidos a 2019

En cuanto al gasto, los mercados con mayor emisión de turistas a España y mayor gasto fueron: el Reino Unido, con 17.986 millones de euros, le siguen Alemania, con 11.722 millones y un descenso del 2,1% y Francia, con 7.596 millones y un incremento del 2,6%. Cabe reseñar que los países nórdicos registran la estancia media más elevada llegando a 8,3 días y el gasto, a su vez, asciende a 6.788 millones de euros.

El 64,2% del gasto en 2019 se registra por viajeros que pernoctan en establecimientos hoteleros, que registra un crecimiento del 4,4 %. El motivo de viaje que más gasto genera es el negocio, con el 87,4 % del gasto total.

El número de pernoctaciones realizadas por los turistas internacionales en todo tipo de alojamiento, reglado o no, superan los 599 millones, con un descenso del 2,9%. Atendiendo a las pernoctaciones, el principal destino elegido por los viajeros internacionales en 2019 ha sido Canarias, con un 26% del total de pernoctaciones, seguido de las Islas Baleares, con un 24%, Cataluña, con un 19% y Andalucía, con un 13,2% y 102,7 millones de pernoctaciones por parte de los turistas internacionales.

La distribución de las pernoctaciones del mercado nacional en el año 2019 sitúa a Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña como principales destinos de los viajeros residentes en España.

25

En cuanto al motivo del viaje, los turistas que visitaron España en 2019 por ocio generaron el 87,4% del gasto total, con un incremento del 3,2% con respecto a 2018.

En 2019 el número de personas ocupadas en la industria turística fue de 2,4 millones, con un incremento de un 3,2% o lo que es lo mismo 75.026 trabajadores. La industria turística aporta el 12,7% del empleo en España y 12,3 del PIB.

En cuanto a los viajeros españoles que viajan en territorio español y según datos del Instituto Nacional de Estadística para 2018, los españoles realizaron 197,4 millones de viajes en el territorio nacional, un 1,9% más que el año anterior, superando las pernoctaciones correspondientes a estos desplazamientos los 801,8 millones, con un gasto medio por persona 238 euros y gasto medio diario de 59 euros.

Los datos relativos a 2019 están disponibles hasta el tercer trimestre del año y podemos tomarlo como muestra para definir que, el 88,10% de los viajes de residentes se realizan en territorio nacional y el 11,9% son viajes al extranjero, correspondiendo la mayoría de estos viajes al disfrute de vacaciones.

En este periodo, los viajes de residentes disminuyen un 1,7% con respecto al mismo periodo del año anterior, correspondiendo a los viajes en el territorio nacional una disminución del 2,6% y a los viajes al extranjero un incremento del 7%.

En los viajes efectuados por residentes, destacan como principales mercados emisores: Madrid, Andalucía y Cataluña. El principal destino del mercado nacional a la hora de viajar es España, registrando el 90,2% de los viajes realizados por los españoles en 2018 y situando a Andalucía como destino favorito de este mercado en España, seguido de la Comunidad Valenciana y Cataluña.

26

Los viajeros nacionales principalmente se alojan en vivienda de familiares o amigos cuando viajan dentro del país y en establecimientos hoteleros cuando viaja al extranjero.

El medio de transporte más utilizado ha sido el coche, seguido del avión. Asimismo, el ocio y la visita a amigos y familiares continúan siendo las principales motivaciones de los españoles a la hora de viajar dentro del territorio nacional.

El gasto de los viajes de residentes se incrementa un 2,7%, correspondiendo el 3,2% a los viajes internos y el 1,7 % en los viajes realizados al extranjero. Destaca el crecimiento del gasto en alojamiento en los viajes en el territorio nacional que se incrementa un 4,7%.

En el cuarto trimestre 2019 los datos referidos a la población activa en España reflejan los siguientes valores absolutos en ocupaciones turísticas por rangos de edad:

Actividad	Total	16-29 Años	30-44 Años	45 Años y Más
Total Actividades Industria Turística	3.046.302	731.570	1.159.202	1.155.530
Hostelería	1.965.427	511.510	743.969	709.948
Hostelería	458.914	69.069	193.038	196.808
Servicios de alojamiento	1.506.512	442.441	550.931	513.140
Servicios de comidas y bebidas	332.837	33.797	117.582	181.459
Transporte de viajeros	748.038	186.263	297.651	264.124
Otras Actividades Industria Turística	16.294.104	2.588.064	6.321.390	7.384.649
Total Actividades a Nivel Nacional	23.158.812	3.638.710	8.970.346	10.549.756

Fuente: Encuesta de Población Activa INE. Datos cuarto trimestre 2019

27

Esta población activa en España, se clasifica según nivel formativo en:

Año 2019	Total	Estudios Primarios	Estudios Secundarios	Estudios Superiores
Total Actividades Industria Turística	3.046.302	204.709	1.926.206	906.669
Hostelería	1.965.427	176.016	1.349.676	432.626
Servicios de alojamiento	458.914	37.730	266.567	152.138
Servicios de comidas y bebidas	1.506.512	138.287	1.083.111	280.487
Transporte de viajeros	332.837	13.767	213.674	104.582
Otras Actividades Industria Turística	748.038	14.925	362.854	369.463
Total Actividades Sector Servicios	16.294.104	714.778	7.852.302	7.692.220
Total Actividades a Nivel Nacional	23.158.812	1.379.369	12.049.312	9.642.857

Fuente: Encuesta de Población Activa INE. Datos cuarto trimestre 2019

Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez

Según esta misma fuente, en Andalucía, la población activa es de 3.959.892 personas, de las que 2.645.748 corresponden al sector servicios y 534.782 a la industria turística. A su vez, en este mismo periodo, la población ocupada es de aproximadamente 3.136.040 personas, de las que 2.363.004 corresponden al sector servicios y 447.665 corresponden al sector turístico.

El porcentaje de parados sobre población activa en la industria turística a nivel nacional en el cuarto trimestre 2019 es de 12,10%.

Según la encuesta de turismo de residentes realizada por el Instituto Nacional de Estadística, en el año 2019 los residentes en España han realizado un total de 182 millones de viajes.

Los datos aportados por la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía en el Balance de Coyuntura Turística de Andalucía para 2017 nos reporta información completa del comportamiento de la industria turística en la región en el año 2017, que se cerraba con 29,5 millones de turistas, con un crecimiento de los ingresos por turismo hasta llegar a los 20,4 miles de millones de euros.

28

Del total de turistas recibidos en Andalucía en 2017, se estima que 17,5 millones procedían de España (59,3%) y 12 millones procedían del extranjero (40,7%) experimentando un crecimiento de 11,5%.

El empleo generado en 2017 en Andalucía fue de 100,2 mil puestos de trabajo, del que el 10,7% se registraba en la hostelería, hasta alcanzar el sector una cifra total de 242 mil contratados al cierre del año, conservando la tendencia a crecer hasta llegar a un incremento del 4,6% y superando a la tasa media nacional por su aportación de 10,7 mil de los 54,1 mil nuevos puestos creados a nivel nacional.

Los alojamientos hoteleros andaluces registraron 18,3 millones de viajeros en el año 2017. Los viajeros de procedencia internacional fueron 8.903.145, presentando un incremento del 8,3%, mientras que el mercado nacional supone 9.418.451 viajeros y experimenta un descenso del 2,3%.

Estos viajeros han registrado 52,4 millones de pernoctaciones, con un incremento de 1,6% con respecto al año anterior. Cabe destacar el crecimiento de las pernoctaciones registradas por el mercado extranjero, que supone un 6,5%, mientras que el mercado nacional se frena y llega a decrecer hasta el 4,0%.

En 2017, la mayoría de las provincias andaluzas presentan tasas de variación positivas en viajeros y pernoctaciones, destacando el crecimiento del número de viajeros en las provincias de Sevilla y Cádiz y las pernoctaciones en las provincias de Jaén y Sevilla, con respecto al año anterior.

29

Provincias	Viajeros	Pernoctaciones
Almería	1.405.362	5.542.667
Cádiz	2.564.336	7.657.616
Córdoba	1.231.432	1.990.869
Granada	2.827.684	5.882.181
Huelva	1.040.376	4.063.892
Jaén	541.622	954.278
Málaga	5.341.914	19.864.028
Sevilla	3.368.869	6.432.637
Totales	13.321.596	52.388.171

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE / Dato de diciembre 2017 estimado por SAETA

La cifra anual de visitantes a Andalucía en 2019 superó los 32 millones y los ingresos alcanzaron aproximadamente los 22.000 millones de euros, lo que hace que el turismo represente aproximadamente el 14% del PIB andaluz.

Andalucía es la Comunidad Autónoma más visitada por los turistas españoles y se sitúa como cuarto destino turístico a nivel nacional en la recepción de turistas internacionales.

Según los últimos datos del Registro de la Junta de Andalucía e Instituto Nacional de Estadística referidos a 2019, Andalucía suma unas 929.425 plazas de alojamiento reglado, de las que 307.545 se ofertan en la tipología hotelera y se mantiene una media de 24.322 empleos en el sector alojamiento.

La provincia de Cádiz cuenta con 49.186 plazas hoteleras y 2.696 empleos, de las cuales 3.890 plazas hoteleras y 446 empleos corresponden a Jerez.

	Plazas de alojamiento	Establecimientos hoteleros	Viviendas con Fines Turísticos
Almería	91.662	34.989	25.860
Cádiz	147.514	49.186	50.203
Córdoba	31.218	12.552	7.394
Granada	88.460	36.958	22.144
Huelva	62.600	25.975	8.592
Jaén	27.773	10.634	1.121
Málaga	403.569	104.152	194.236
Sevilla	76.629	33.099	28.925
Totales	929.425	307.545	338.475

30

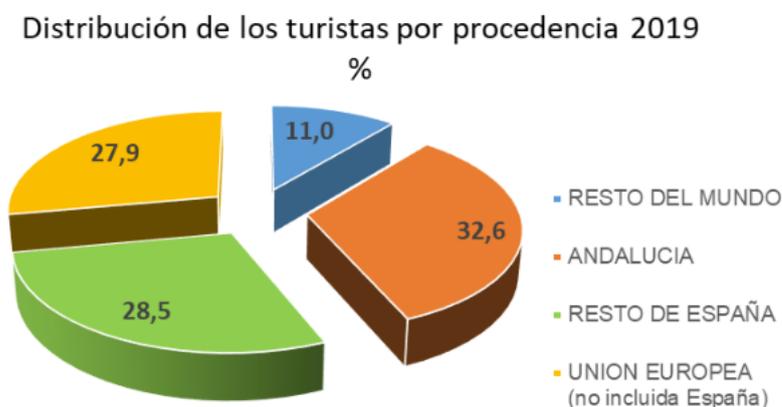
Fuente: Registro de la Junta de Andalucía. Datos Diciembre 2019

Esta tabla representa el número de plazas de alojamiento total en Andalucía y sus provincias, destacando entre estas las que se refieren a establecimientos hoteleros y la nueva tipología de alojamiento que está experimentando un crecimiento exponencial, como son las Viviendas con Fines Turísticos, que cuenta con 338.475 plazas en Andalucía, de las que 50.203 plazas corresponden a la provincia de Cádiz y 2.782 a Jerez.

Según datos aportados por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, la Comunidad andaluza está posicionada como un gran destino turístico a nivel internacional, con una llegada de viajeros procedentes de todo el mundo y repartidos durante todo el año.

En 2019 el número de viajeros que visitan Andalucía continúa ascendiendo hasta superar los 32,4 millones, distribuidos en 61,10% turistas españoles y 38,90% turistas extranjeros, incrementándose el número de turistas que visitó Andalucía un 5,9% con respecto al año anterior.

Durante el año 2019, de los turistas que visitaron Andalucía, el 32,6% eran andaluces, el 28,5% eran del resto de España, el 27,9% procedían de la Unión Europea (excluida España) y el 11,0% del resto del mundo.



Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Datos referidos a 2019

Las ocho provincias vuelven a superar sus cifras de viajeros y es el turismo nacional el que más ha crecido hasta registrar más de 20 millones de viajeros, lo que representa un incremento del 8,4% con respecto al año anterior, mientras que 12,4 millones de viajeros son extranjeros, registrando un crecimiento sostenido del 2,5% más que en 2018.

Por provincias, Málaga concentró el 31,6% de los turistas, seguida de la provincia de Granada, con el 15,6%, Cádiz, con un 15,4% y Sevilla, con el 13,1%.

Según datos del INE referidos a 2019, la tercera comunidad de destino principal por número de turistas internacionales es Andalucía. Reino Unido es el principal país de origen, seguido de Francia.

El turismo generó el pasado año en Andalucía 21,7 millones de euros y 420.000 empleos.

El gasto medio diario registrado en Andalucía asciende a 67,6 euros, esto supone un incremento del 1,2% con respecto al año anterior. El gasto varía según la procedencia de los turistas, de esta forma, los turistas procedentes de Andalucía gastaron 57,1 euros, situándose el gasto más alto en 86,6 euros, realizado por los turistas procedentes del resto del mundo.

32

El 62,9% de estos viajeros que visitaron Andalucía se alojan en establecimientos hoteleros, mientras que el 30,7% utilizó apartamento, piso o chalet.

Tipo alojamiento utilizado en Andalucía	% Viajes
Hotel, apartahotel	57,2
Hostal, pensión	5,7
Apartamento, piso o chalet en alquiler	14,9
Apartamento, piso o chalet en propiedad	5
Apartamento, piso o chalet de amigos, familiares...	10,8
Camping	3
Albergue	0,5
Otros	2,8

Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). Datos referidos a 2019

Los establecimientos hoteleros son el principal alojamiento usado por los turistas extranjeros en Andalucía, mientras que el mercado nacional se decanta por alojarse en viviendas de familiares y amigos, y vivienda en propiedad.

La provincia de Málaga ha concentrado el 31,6% de los viajeros que visitan Andalucía, seguida de las provincias de Granada, Cádiz y Sevilla con el 15,6%, 15,4% y 13,1%, respectivamente.

Provincias	Distribución viajeros por provincias %	Provincias	Distribución viajeros por provincias %
Málaga	31,60	Almería	8
Cádiz	15,40	Huelva	7,9
Granada	15,60	Córdoba	5,8
Sevilla	13,20	Jaén	2,5

33

Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). Datos referidos a 2019

La estancia media, o número de días que por término medio permanece un turista en Andalucía, se situó en 8,2 días, esto supone un 1,1% menos que el año anterior. En la provincia de Cádiz la estancia media se sitúa en 6,3 días.

Estancia media viajeros que visitan Andalucía según su procedencia		
	Procedencia	Días
	Andalucía	5,5
	Resto de España	7,5
	Unión Europea	10,1
	Resto del mundo	13,4

Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). Datos referidos a 2019

La estancia media según la tipología de alojamiento utilizado se refleja en la siguiente tabla, destacando las estancias medias en la tipología de apartamento, piso o chalet, tanto en propiedad, como en régimen de alquiler.

Tipo alojamiento	Estancia media / días
Hotel, apartahotel	4,6
Hostal, pensión	4,7
Apartamento, piso o chalet en alquiler	9
Apartamento, piso o chalet en propiedad	13,2
Apartamento, piso o chalet de amigos, familiares...	6,7
Camping	3,2
Albergue	1,8
Otros	5,5

34

Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). Datos referidos a 2019

El gasto medio diario que realizaron los turistas en Andalucía en el año 2019 se estima en 67,6 euros por turista, cifra que supera en un 1,2% la del año anterior, si bien, este gasto varía según la procedencia del turista, estableciéndose un gasto que varía desde los 57,1 euros que gastaron los turistas andaluces hasta los 86,6 euros que gastaron los procedentes del resto del mundo.

Las provincias andaluzas que registran un mayor gasto medio por viajero son: Jaén, con 79,4 euros y Cádiz, con 77,10 euros diarios.

La distribución del número de turistas que visitan Andalucía, según el rango de edad establece en 2019 que el número más destacado corresponde a la franja entre los 45 a 65 años, con un 30%.

Menos de 18 años	8,8%	De 45 a 65 años	30,0%
De 18 a 29 años	19,2%	Más de 65 años	14,8%
De 30 a 44 años	27,2%		

Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). Datos referidos a 2019

Las motivaciones principales de los turistas que visitaron Andalucía fueron: el 84,9% por vacaciones, el 9,3% para visitar a familiares y amigos, 2,1% por trabajo y el 3,7% restante alegaron otras motivaciones.

35

En cuanto a la valoración, de uno a diez, del viaje realizado, los turistas que visitaron Andalucía durante el año 2019 concedieron un 8,4 a su estancia en la región y los aspectos mejor valorados por los visitantes fueron los relacionados con la atención y el trato, los paisajes y parques naturales y el patrimonio cultural, si bien hay que tener en cuenta la experiencia negativa en relación a la conservación del medioambiente.

En relación a los datos de actividad turística de la provincia de Cádiz y según datos del Registro de Turismo de Andalucía (RTA), el territorio cuenta con 621 establecimientos hoteleros que, a su vez, conforman una oferta de 49.186 plazas hoteleras, a lo que se le suman un total de 48.158 plazas en otros tipos de alojamiento reglado y 50.379 plazas en Viviendas con Fines Turísticos.

En relación con los datos de actividad turística de la provincia de Cádiz y según los datos registrados en el INE y Observatorio Turístico de la provincia, en 2019 se registraron 2.878,359 viajeros, de los que 1.791.589 son de procedencia nacional y 986.880 de mercados extranjeros.

Viajeros	Viajeros Nacionales	Viajeros internacionales	Pernoctaciones	Estancia media establecimientos hoteleros/ días
2.878.359	1.889.859	988.503	8.220.101	2,6

Fuente: INE. Datos referidos a 2019

Entre los principales mercados internacionales que visitan la provincia de Cádiz, destacan según número de viajeros, Alemania, Reino Unido, Francia, Estados Unidos, Italia y Países Bajos.

36

Entre los mercados nacionales emisores de viajeros a la provincia de Cádiz destaca como principal mercado emisor Andalucía, con aproximadamente 962.161 viajeros, seguida de las comunidades de Madrid, Cataluña, Extremadura, Castilla-León, Valencia y País Vasco.

A grandes rasgos, los principales mercados emisores a la provincia de Cádiz coinciden con los mercados emisores a nivel nacional y andaluz, y esto mismo podemos trasladar al comportamiento y perfil de la demanda registrada en Jerez.

Jerez se consolida como un destino turístico a tener en cuenta. La llegada de viajeros registrada en 2019 fue de 312.391, produciéndose en ese mismo periodo un total de 659.090 pernoctaciones en alojamientos hoteleros.

Según el Instituto Nacional de Estadística, los 312.391 viajeros que visitaron Jerez en 2019 tuvieron el siguiente comportamiento en cuanto a pernoctaciones, estancia media, procedencia, empleo en establecimientos hoteleros, etc.:

Ocupación Hotelera de Jerez	2019	Var (%)
Viajeros Totales	312.391	-1,62
Viajeros españoles	198.789	+1,93
Viajeros extranjeros	113.602	-7,28
Pernoctaciones totales	659.090	+ 1,08
Pernoctaciones españoles	399.244	+ 5,82
Pernoctaciones extranjeros	259.846	-5,44
Estancia media (días)	2,09	+2,45
Ocupación habitaciones %	58,89	+0,48
Ocupación plazas %	51,37	-0,06
Ocupación fines de semana %	62,97	+1,45
Personal empleado establecimientos hoteleros / media mes	429	-0,92

37

Fuente INE. Datos referidos a 2019

En relación con el tráfico aéreo registrado en el Aeropuerto de Jerez, según datos aportados por AENA correspondientes a 2019 un total de 1.120.742 pasajeros utilizaron el Aeropuerto de Jerez para realizar su llegada o salida, lo cual supone un descenso del 1,2% en 2019 con respecto a 2018.

Este registro cuantifica en 572.517 los pasajeros de procedencia nacional y 528.868 pasajeros de procedencia internacional.

El número de vuelos registrados en el Aeropuerto de Jerez en 2019 asciende a 54.505, lo que significa un incremento del 6,47% con respecto al año anterior.

A fin de contar con más datos del comportamiento de la actividad turística y el perfil y comportamiento de la demanda turística en la ciudad, el Ayuntamiento de Jerez ha desarrollado una eficaz herramienta 'Observatorio Turístico de Jerez', denominado 'Sistema Integrado de Información Turística', que constituye una herramienta eficaz de recogida, análisis y tratamiento de datos.

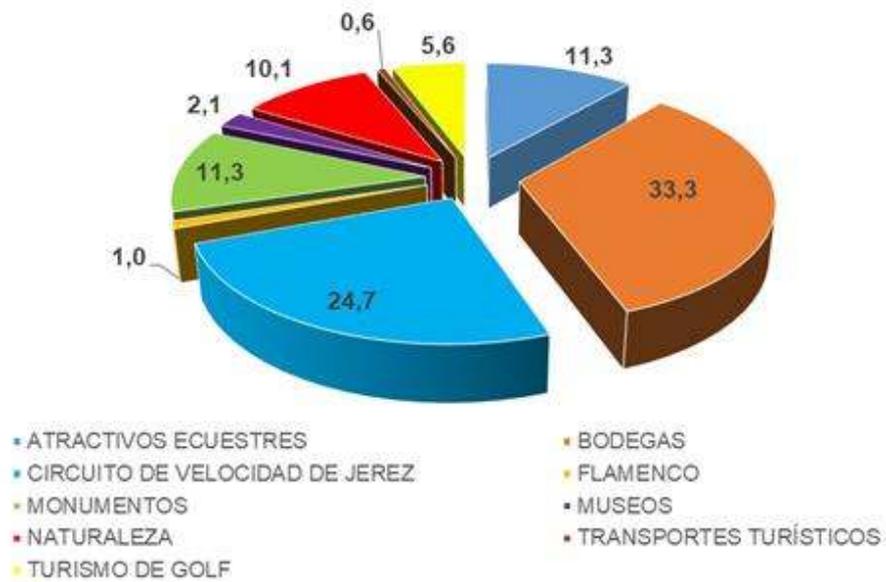
El objetivo final del Sistema Integrado de Información Turística es la consecución de información acerca del comportamiento de la actividad turística, posible gracias a la colaboración de los proveedores turísticos locales. Asimismo, se ha desarrollado un sistema de análisis de la demanda que nos facilita el conocimiento de la misma, sus rasgos, motivaciones, perfil socioeconómico, comportamiento y satisfacción experimentada en los diferentes procesos de la experiencia turística.

La obtención de datos acerca del comportamiento de la actividad turística y el perfil de la demanda que visita la ciudad de Jerez hace posible el desarrollo de un balance sobre el movimiento turístico y la repercusión de la industria turística en la economía local.

En 2019 se registran 1.368.928 visitas a los diferentes atractivos turísticos de Jerez, de las que un 45,13% corresponden a españoles y un 54,87% a extranjeros. Estas visitas a los distintos atractivos y recursos turísticos de Jerez se concentran en cuatro grandes grupos: las bodegas registraron 455.140 visitantes, lo que representa un 33,3% del total de visitas, el Circuito de Jerez concentró el 24,7% de las visitas, y los recursos monumentales y atractivos relacionados con el mundo del caballo el 11,3% cada uno.

38

Visitantes atractivos turísticos de Jerez por segmentos 2019 (%)



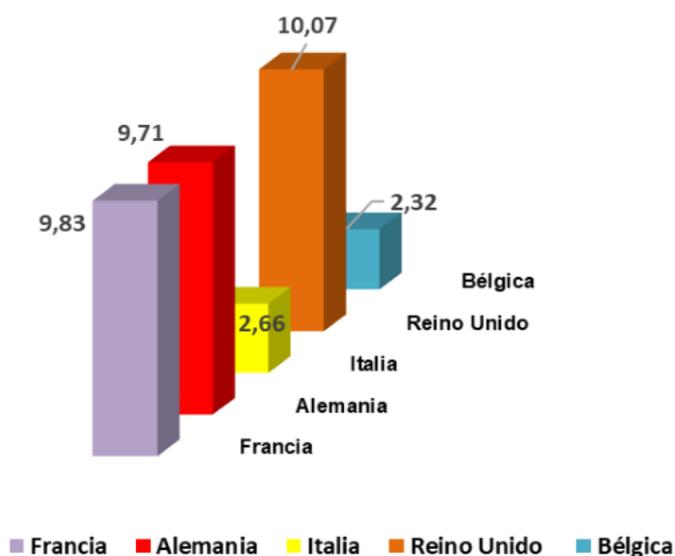
Fuente: Sistema Integrado de Información Turística. Datos referidos a 2019

Estas visitas se distribuyen a lo largo de todo el año, registrando más actividad en fechas puntuales asociadas al calendario de fiestas y eventos, así como en los meses estivales y Navidad.

De otro lado, las consultas de información atendidas en la Oficina Municipal de Turismo en el año 2019 han alcanzado la cifra de 61.167. Un dato del que se desprende un equilibrio entre el mercado nacional, que acaparó un 54,15% de la demanda y el extranjero que se situó en un 45,84%, muy similar a los mercados registrados por las visitas a los atractivos turísticos.

Según las demandas atendidas en la Oficina Municipal de Turismo durante 2019, los principales mercados emisores internacionales de turistas y visitantes al destino fueron Reino Unido, con un 10,07%, Francia con un 9,83% y Alemania con un 9,71% de las consultas realizadas, e Italia y Bélgica, con un 3% aproximadamente.

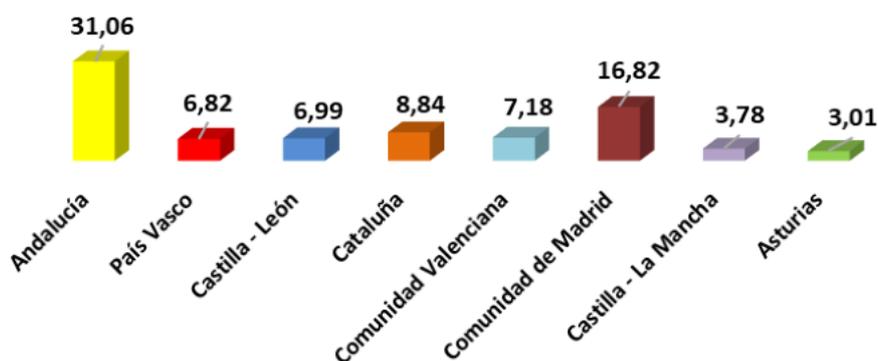
Principales mercados internacionales (%)



Fuente: Sistema Integrado de Información Turística. Datos referidos a 2019.

En cuanto a la demanda de información turística de Jerez registrada el pasado año 2019 y como viene siendo habitual en años anteriores, cabe mencionar la demanda procedente de la comunidad andaluza, como mercado mayoritario en cuanto a los mercados emisores nacionales, que acaparó el 31,06% de las atenciones, seguida de la Comunidad de Madrid con un 16,82%, Cataluña con un 8,84%, Comunidad Valenciana con 7,18%, País Vasco con 6,82%, Castilla-León con 6,99%, Castilla-La Mancha con un 3,78% y Asturias con 3,01% de los visitantes que realizaron sus consultas en la Oficina Municipal de Turismo en 2019.

Principales mercados nacionales (%)

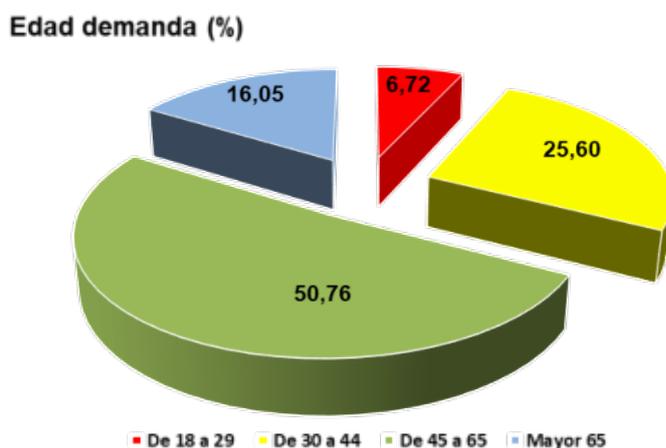


Fuente: Sistema Integrado de Información Turística. Datos referidos a 2019.

A fin de contar con más datos del perfil y comportamiento de la demanda turística, el Observatorio Turístico del Ayuntamiento de Jerez viene desarrollando una importante labor de estudio a través de un sistema de encuestas a clientes, que se une a la información recabada a través de las demandas atendidas en la Oficina Municipal de Turismo.

Según esta fuente, en 2019 se sigue registrando un elevado interés de los viajeros hacia la oferta monumental de la ciudad, temática más solicitada por los visitantes que llegaron al destino, con un 17,22%, seguido muy de cerca por las bodegas, que ocupan el segundo lugar, acaparando el 17,06%, los caballos, con un 14,27%, el flamenco, con un 14,02% y los museos, que ocupan un 11,63% del interés de la demanda.

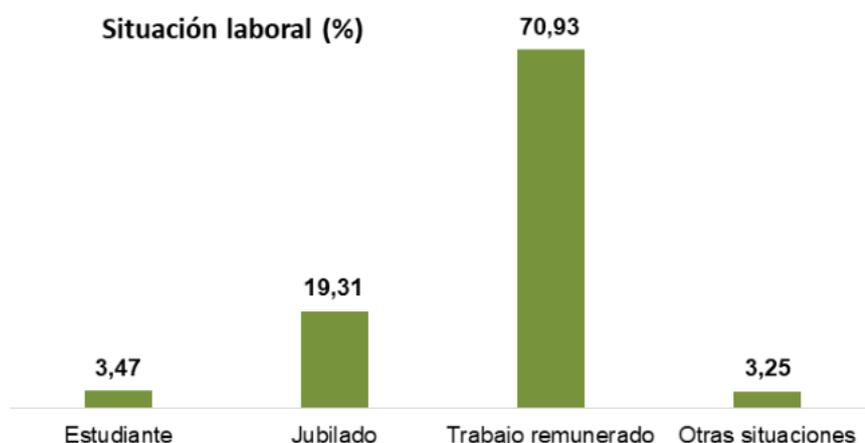
A partir de 461 encuestas de perfil de la demanda registradas en 2019, se obtiene un balance sobre el movimiento turístico y el perfil de los visitantes. Según esta fuente, aproximadamente la mitad de los visitantes tienen una edad entre 45 y 65 años, con un 50,76%, entre 30 y 44 años se sitúa el 25,60% de los turistas atendidos, mientras que los visitantes más jóvenes, entre 18 y 29 años, representaron el 6,72% y los mayores de 65 años el 16,05%.



42

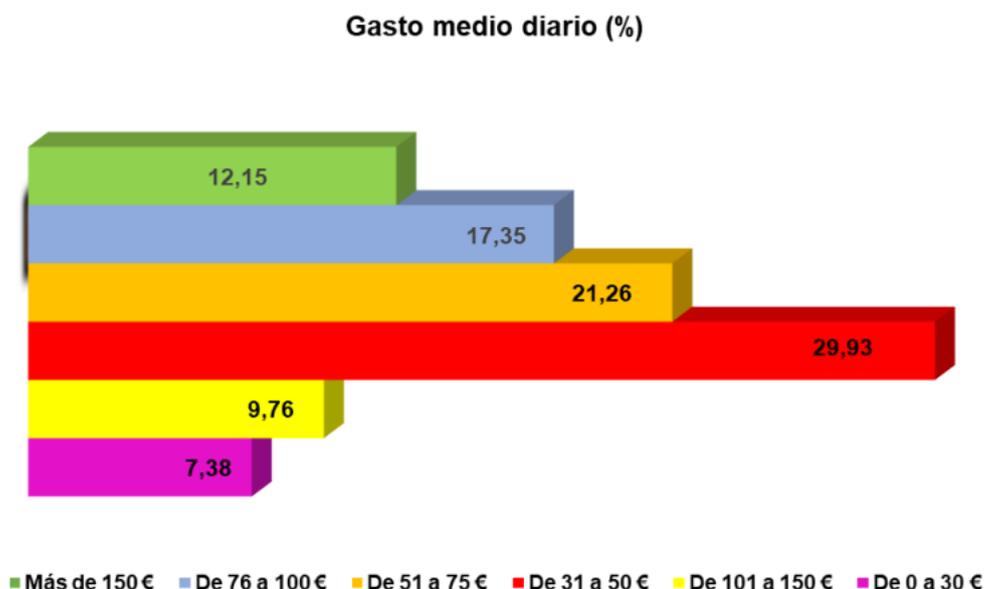
Fuente: Sistema Integrado de Información Turística. Datos referidos a 2019.

Estas cifras están relacionadas con los datos de la situación laboral de los visitantes, ya que el 70,93% de los turistas atendidos tienen un trabajo remunerado, un 19,31% son jubilados y un 3,47% estudiantes. En otras situaciones encontramos un 3,25%, destacando dentro de este último grupo, un elevado porcentaje del 66,67% en situación de empleo como autónomo.



Fuente: Sistema Integrado de Información Turística. Datos referidos a 2019.

En cuanto al gasto medio diario en 2019, sin tener en cuenta el gasto de alojamiento, se sitúa en un 29,93%, entre 31 y 50€, en un 21,26% entre 51 y 75€, entre 76 y 100€, un 17,35%, entre 101 a 150 €, un 9,76 %, por encima de los 150€ un 12,15% y hasta 30€ un 7,38%.

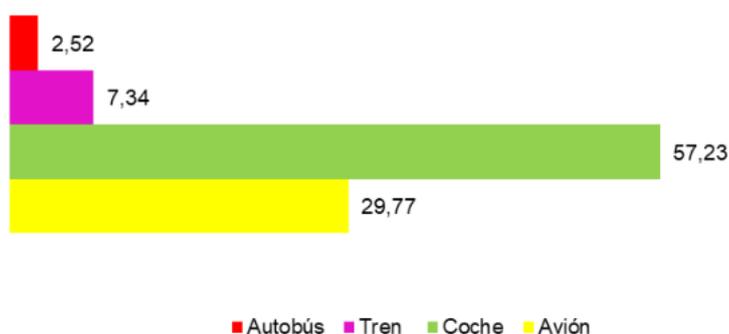


43

Fuente: Sistema Integrado de Información Turística. Datos referidos a 2019.

Sobre el medio de transporte que eligen los visitantes en 2019 para trasladarse a Jerez, el coche es el primero, atendiendo al 57,23% de los turistas, frente al 29,77% que utilizó el avión, el 7,34% que llegó al destino en tren y un 2,52% que lo hizo en autobús.

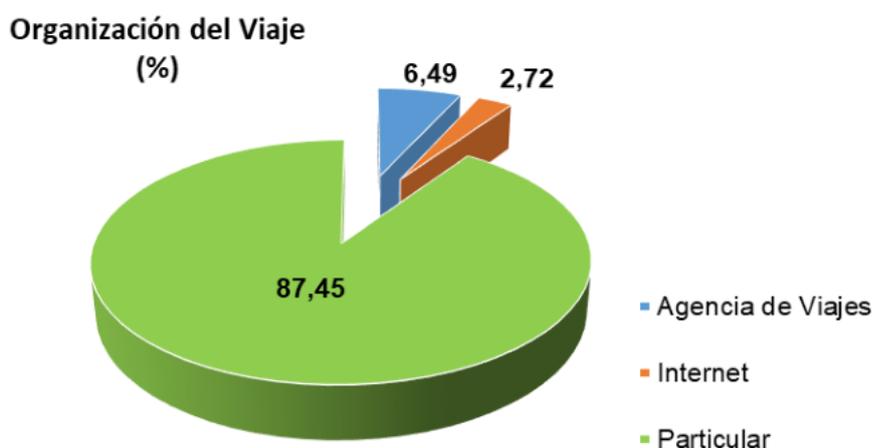
Medio de transporte utilizado para llegar al destino (%)



Fuente: Sistema Integrado de Información Turística. Datos referidos a 2019.

El modo en que el turista organiza su viaje a Jerez es otro de los aspectos que aborda el Sistema Integrado de Información Turística de Jerez. Durante 2019, la tendencia fue la de hacerlo de forma particular.

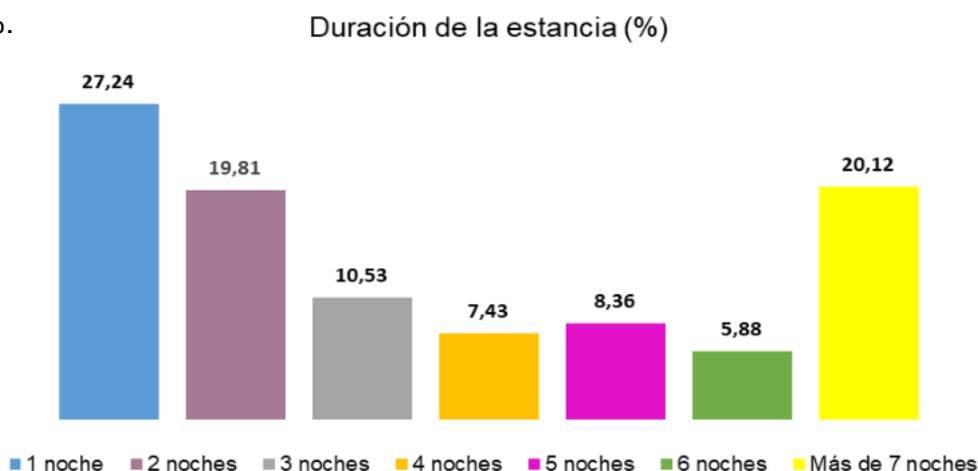
De hecho, un 87,45% de los visitantes que recibió Jerez llegó al destino organizando su viaje de forma particular, mientras que un 6,49% de los turistas lo hizo a través de una agencia de viajes y un 2,72% a través de internet.



44

Fuente: Sistema Integrado de Información Turística. Datos referidos a 2019.

Según estas encuestas, los días de estancia en el destino se sitúan principalmente en dos medias destacadas, una noche, con un 27,24% y más de siete noches, con un 20,12%. A estas cifras les sigue la estancia de dos noches, con un 19,81%, de tres noches, con un 10,53% y cinco noches, con un 8,36%.



Fuente: Sistema Integrado de Información Turística. Datos referidos a 2019.

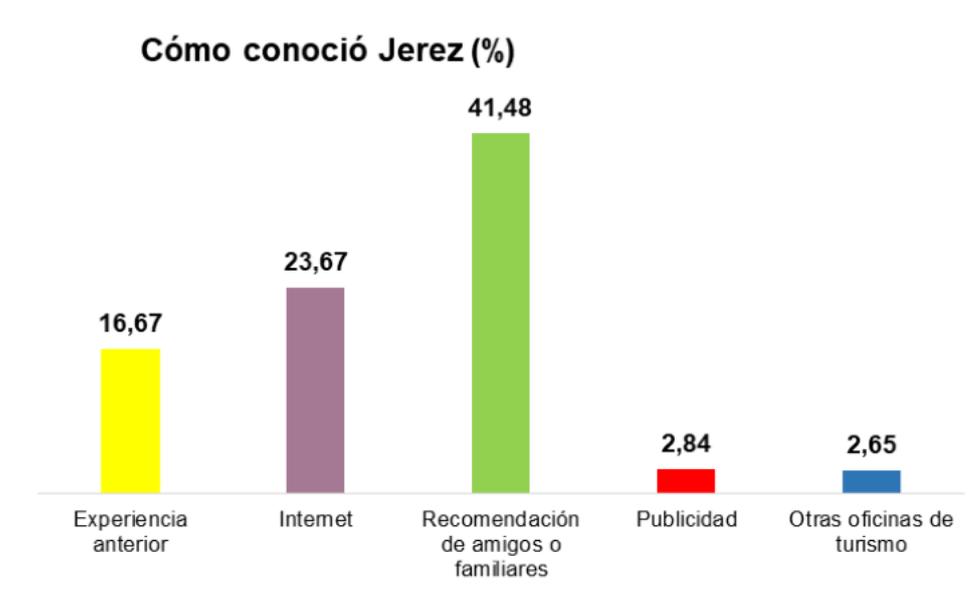
En cuanto a las vías principales por la que el turista conoció el destino turístico Jerez, la recomendación de amigos y familiares sigue manteniéndose a la cabeza, con un 41,48% de los visitantes encuestados, al tiempo que cerca de un 16,67% lo hizo por una experiencia anterior, unos datos que evidencian la importante relación de fidelización del turista con el destino Jerez.

Internet, con un 23,67% de la demanda, también sigue siendo otra importante fuente de información y puerta de entrada de turistas a la ciudad, mientras que la publicidad atrajo a un 2,84% y un 2,65% eligió Jerez por la información que ofrecen otras oficinas de turismo.

Cabe destacar en estos datos, la importancia de internet como herramienta de consulta por parte de la demanda y las posibilidades de promoción del destino, si bien, sigue siendo más habitual otros cauces a la hora de realizar la compra y organizar la visita.

45

Estas principales vías de conocimiento e información previas a la visita al destino Jerez quedan representadas según sigue:



Fuente: Sistema Integrado de Información Turística. Datos referidos a 2019.

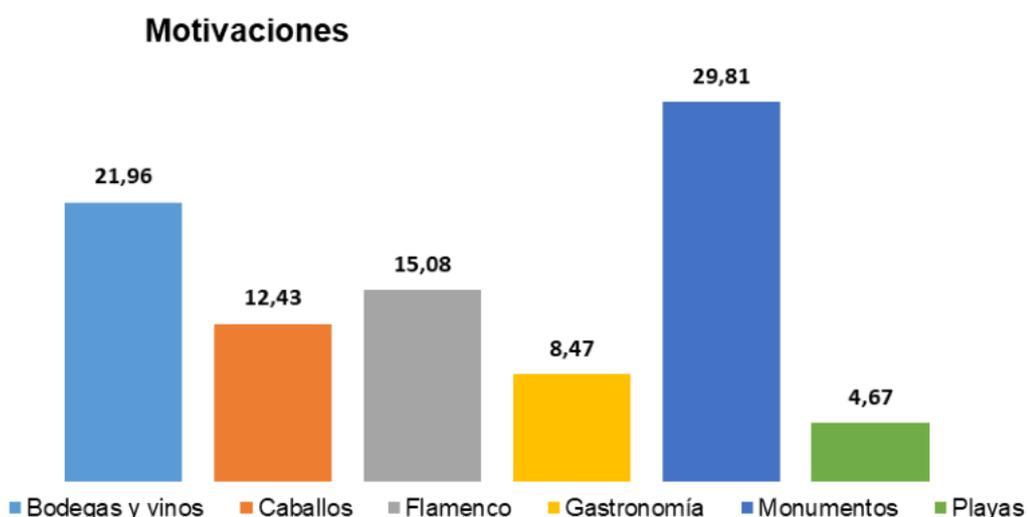
Uno de los aspectos clave en los últimos tiempos en cuanto al comportamiento del sector turístico ha sido la influencia de la innovación y de las nuevas tecnologías.

El desarrollo de Internet ha supuesto un revulsivo a la hora de informarse, tomar decisiones, organizar el viaje, comprar y experimentar.

Hay que considerar también la influencia que otras personas pueden ejercer, a través del intercambio de opiniones y experiencias, posible a través de aplicaciones y redes sociales, entre otros.

Las motivaciones por las que el visitante eligió el destino Jerez muestran que los monumentos y los museos fueron el principal reclamo, con un 29,81% como manifestaron los visitantes atendidos, seguido por los vinos y las bodegas, con un 21,96%, la gastronomía, que escala posiciones con un 8,47% y también el flamenco con un 15% y los caballos, con un 12,43% de los turistas que demandaron información en 2019.

46



Fuente: Sistema Integrado de Información Turística. Datos referidos a 2019.

Destaca como motivación 'la playa' con un 4,67%, posicionando a Jerez como un destino en segunda línea de playa preferente. Esto hace pensar que la estancia de los viajeros conlleva la experiencia en ciudad y excursiones a las playas de la provincia e igualmente, que el viajero alojado en la zona costera aprovecha su estancia para visitar y conocer los rasgos culturales de Jerez.

Cabe destacar que las tres principales razones por las que la demanda elige Andalucía para disfrutar de las vacaciones vienen siendo el clima, las visitas a monumentos y las playas.

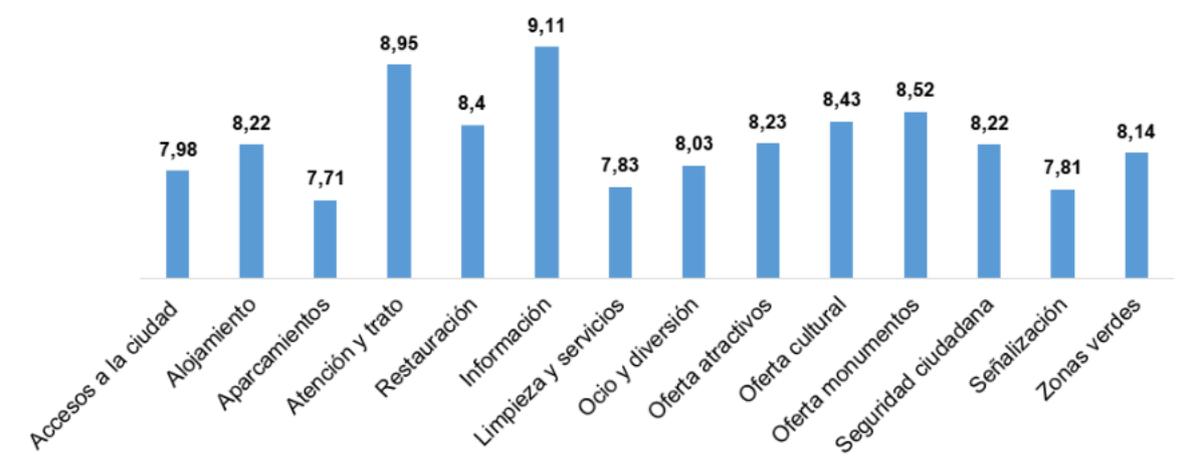
Los factores más influyentes en la percepción del viaje o experiencia turística en Andalucía son la autenticidad, amabilidad, gastronomía, las infraestructuras de transporte, el proceso de reserva y compra, el alojamiento y la información de consulta disponible para organizar el viaje.

47

Es por ello por lo que hemos de tener en cuenta todos estos factores como base de la satisfacción final del visitante o turista. Las estrategias que se definan para la mejora de la calidad de estos aspectos van a dar como resultado una mayor satisfacción del cliente y, por lo tanto, podrá dar lugar a la recomendación del destino e incluso un incremento de la fidelización.

El grado de satisfacción del visitante tras su estancia en el destino turístico Jerez, según las encuestas de calidad procesadas por el Sistema Integrado de Información Turística en 2019, es bastante positivo. No obstante, se evidencia la necesidad de actuar en algunos aspectos para mejorar la experiencia turística de los visitantes en el destino.

Valoración de la calidad del destino (sobre 10)



Fuente: Sistema Integrado de Información Turística. Datos referidos a 2019

El turismo es una industria transversal y en una experiencia turística interactúan todos los agentes y factores de un territorio. El turismo es, por tanto, una actividad muy sensible a las interacciones con el destino, y esto incluye una multitud de elementos y factores a lo largo del proceso de experimentación, ya sea en la fase de conocimiento, acceso, acogida y estancia, así como posterior labor de fidelización.

2.3) Análisis DAFO actividad turística de Jerez

El análisis DAFO de la actividad turística de Jerez se ha desarrollado a partir de los datos de la actividad turística local aportados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA) - Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía y el Observatorio Turístico de la Provincia de Cádiz.

A esto se le suman los datos recogidos y aportados por el Observatorio Turístico de Jerez - Sistema Integrado de Información Turística, a través del estudio de la actividad, las encuestas de calidad, perfil de la demanda turística, y el sistema de sugerencias y mejora implantado por el Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Jerez. Estos datos son aportados por los proveedores turísticos locales y turistas/visitantes.

Así mismo, se consideran las aportaciones realizadas en diferentes foros de trabajo entre la administración local y el sector turístico, es el caso, de la Mesa de Turismo y mesas sectoriales.

Este análisis de la actividad turística constituye la base para la toma de decisiones y definición de estrategias a desarrollar.

En el marco de los anteriores planes turísticos desarrollados por el Ayuntamiento de Jerez en colaboración con las distintas administraciones, Plan de Excelencia Turística y Plan Turístico de Jerez, se estableció un contacto continuado y permanente con el sector turístico, que ha aportado una experiencia constatada y conocimiento del desarrollo y resultados obtenidos.

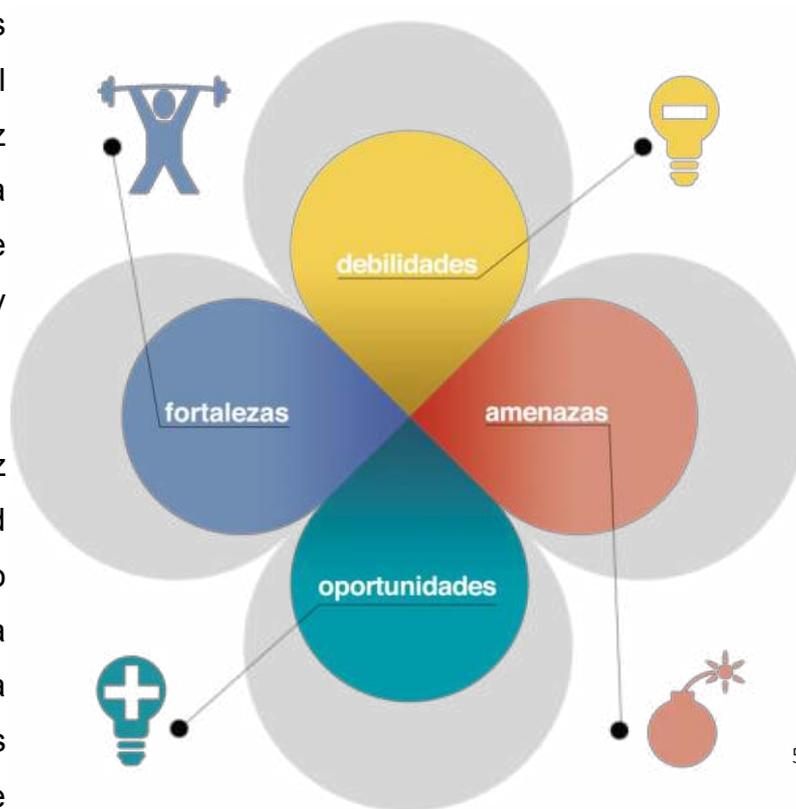
49

Los planes turísticos desarrollados por el Ayuntamiento de Jerez constituyen el punto de partida para el desarrollo del presente análisis de situación y definición del presente Plan.

La Mesa de Turismo de Jerez se reúne con una periodicidad trimestral y constituye un foro informativo, de análisis y toma de decisiones, que engloba a los agentes públicos y privados más representativos que operan en la ciudad y provincia de Cádiz.

La labor de esta Mesa de Turismo se ve acentuada con la constitución de grupos de trabajo por sectores de la actividad, como pueden ser las Mesas Sectoriales de turismo ecuestre, enoturismo, flamenco, hostelería y comercio, que se crean y velan por el desarrollo expreso de estos segmentos destacados de la oferta turística de Jerez.

Además, se ha tenido en cuenta la información aportada por los diferentes sistemas de encuestas desarrollados por el Ayuntamiento de Jerez a través del Sistema Integrado de Información Turística, en el que se recogen datos acerca de la actividad, experiencia turística y satisfacción del viajero, su percepción del destino y sugerencias acerca de posibles áreas de mejora.



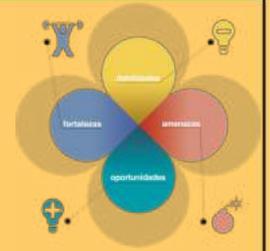
El análisis DAFO que se presenta a continuación refleja las debilidades y amenazas que presenta la actividad turística local, así como las fortalezas y elementos que constituyen oportunidades para afianzar el desarrollo turístico, como puede ser la figura de los Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía.

El Plan Turístico de Grandes Ciudades constituye para Jerez una oportunidad por excelencia para definir e impulsar estrategias turísticas que nos ayuden al desarrollo de la oferta turística, así como a la mejora de la competitividad y posicionamiento de la marca Jerez.

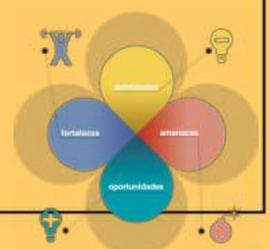
Las Iniciativas de Contenido Turístico y actuaciones a desarrollar en el marco del presente Plan van a estar sujetas al conocimiento e interacción por parte del tejido empresarial, sector turístico y ciudadanía en general, y se atenderán las posibles consideraciones y modificaciones, siempre que se ajusten a los objetivos de los Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía y siguiendo el procedimiento existente para ello.

51

debilidades



Planificación y gestión del destino turístico.
Coordinación entre las distintas administraciones.
Coordinación público-privada.
Concienciación ciudadanía y agentes acerca de la importancia de la industria turística para el desarrollo socioeconómico.
Paisaje urbano.
Calidad de las infraestructuras públicas de atención/recepción al visitante.
Calidad de las infraestructuras privadas de atención/recepción al visitante.
Calidad en el servicio de atención e información al visitante.
Puesta en valor y aprovechamiento turístico de los recursos naturales.
Agencias receptoras que comercialicen el destino turístico Jerez.
Índice de estacionalidad/temporadas grado medio.
Índice rentabilidad de la industria turística.
Destino de tránsito (atractivos de gran proyección que reciben un gran número de visitas y no se retiene al viajero en el destino).
Planificación y desarrollo acciones de marketing.
Posicionamiento del destino en segmentos de demanda de mercado.
Infraestructuras turísticas (señalización de entradas, salidas de la ciudad, calles, atractivos y recursos turísticos, entre otras).
Mobiliario urbano.
Gestión de residuos urbanos.
Servicios públicos (medios de transporte, limpieza,...).
Accesibilidad al destino y desde este a su zona de influencia.
Conservación del patrimonio monumental/urbanístico.
Contaminación acústica y visual.
Mendicidad.
Valorización turística de monumentos eclesiásticos y civiles.
Adaptación de la oferta turística a las necesidades del visitante.
Implantación del factor calidad, excelencia y detalle al cliente.
Formación del sector turístico.
Baja retención del conocimiento/talento.
Alta rotación laboral.
Innovación tecnológica y de gestión.
Economía sumergida.
Proyección internacional del tejido productivo.
Productos turísticos no adaptados/accesibles a las exigencias del mercado.
Posicionamiento medio del destino en mercado nacional e internacional.
Dificultad de compra del destino.
Estrategias y herramientas de fidelización.





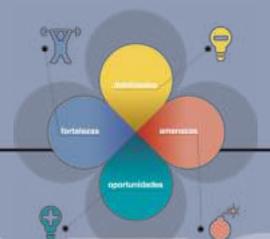
amenazas

Competencia nacional e internacional.
Demanda exigente, cualificada y cambiante.
Dependencia de los mercados tradicionales.
Dependencia de mercados nacionales (puede constituir una oportunidad)
Capacidad de adaptación a los cambios.
Responder a las expectativas de la demanda.
Diferenciarnos de otros destinos.
Crecimiento y aparición de nuevos mercados receptivos.
Crisis sanitaria.
Crisis económica y/o social.
Cambio climático.



fortalezas

Clima.
Situación geográfica estratégica.
Estabilidad política.
Seguridad.
Reconocimiento internacional de la marca Jerez.
Proyección de la marca Jerez como destino turístico.
Notoriedad de Jerez a través de sus elementos diferenciadores: vino, flamenco, caballos, motor y fiestas.
Diversidad de elementos culturales singulares y auténticos.
Amplia oferta turística.
Productos y oferta turística desestacionalizadora.
Infraestructuras de accesos al territorio/ciudad.
Variedad paisajística y recursos del entorno.
Trato acogedor de los ciudadanos.
Índice calidad / precio.
Crecimiento sostenido de la oferta de plazas hoteleras y diferenciación.
Calidad de las infraestructuras hoteleras.
Riqueza gastronómica.
Proyección internacional de fiestas y eventos deportivos y culturales.
Desarrollo de servicios de aplicación y apoyo al turismo.
Instituciones formativas en materia de turismo.





oportunidades

Posibilidad de promover un marco normativo que favorezca y optimice el desarrollo y competitividad del destino.

Creación de nuevos productos ajustados a los nuevos segmentos de la demanda: flamenco, gastronomía, enoturismo, ecuestre, reuniones, idiomático, cine, activo, golf...).

Riqueza cultural y natural.

Autenticidad de la oferta cultural y turística.

Creación de Clubs de Productos Turísticos.

Complementariedad de los elementos diferenciados.

Proyección de la marca Jerez.

Fidelización.

Sinergias de las marcas paraguas: España / Andalucía / Cádiz.

Planes de marketing de Turismo Andaluz, Tourespaña, Patronato de Turismo de Cádiz.

Internet como herramienta de promoción, comercialización y fidelización.

Sector turístico como elemento dinamizador de la economía y empleo.

Desarrollo de infraestructuras de transporte, transporte intermodal,...

Posicionamiento del destino en nuevos segmentos de la demanda.

Destino reconocido por los principales mercados emisores de turismo a nivel mundial.

Posicionamiento del destino en los mercados tradicionales.

Reconocimiento del destino en nuevos mercados.

Coincidencia de mercados emisores e importadores de los Vinos de Jerez.

Introducción de nuestros elementos diferenciadores (vino, flamenco, caballo...) en potenciales mercados emisores (China, Japón...).

Proximidad a destinos turísticos de primer orden del segmento sol y playa.

Conocimiento de la actividad y perfil de la demanda.

Observatorio Turístico de Jerez (SIIT) que facilita el estudio y definición de estrategias y su planificación.

Amplio margen de desarrollo sostenible.

El Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez constituye una oportunidad única en la planificación y desarrollo de la industria turística de Jerez.



Se puede aseverar que Jerez cuenta con importantes elementos positivos como pueden ser su situación geográfica estratégica, cercanía a espacios naturales de gran relevancia y afluencia turística, como puede ser la costa gaditana o la Sierra de Cádiz. Además, la ciudad goza de unas condiciones climatológicas excelentes, una oferta cultural auténtica y diferenciada, un amplio programa de fiestas y eventos que salpican el calendario anual y que se constituyen como citas consolidadas cada año, una completa oferta de atractivos y recursos turísticos que despiertan y satisfacen el interés de los viajeros al destino y alrededor de la que se ha desarrollado una excelente oferta de servicios turísticos. A todo ello se suma el trato acogedor y amable de la ciudadanía hacia turistas y visitantes, y una marca reconocida a nivel nacional e internacionalmente.

55

Partimos de una base en positivo, pero tenemos retos que alcanzar, ya que son también numerosas las debilidades identificadas del destino. Entre las debilidades y amenazas del destino turístico Jerez, hemos de prestar especial atención e incidir en la mejora de su planificación y gestión, una mayor coordinación entre las distintas administraciones y el sector privado, la concienciación de la ciudadanía y agentes acerca de la importancia de la industria turística para el desarrollo de la economía y, por ende, su repercusión positiva en la sociedad.

Es importante tener en cuenta la necesidad de trabajar en la mejora de la accesibilidad y la calidad de las infraestructuras, servicios públicos y de atención y recepción al visitante, la mejora del paisaje urbano y rural, el aprovechamiento de los recursos naturales y patrimoniales, formación, innovación, así como las posibilidades de compra e incremento del consumo en destino.

Todo ello con las miras puestas en adaptar el espacio y oferta turística a las exigencias y expectativas de los diferentes perfiles de la demanda, teniendo en cuenta que esta es variable y exigente con los servicios ofrecidos por el destino durante todos los procesos que intervienen en la experiencia turística.

Jerez es una ciudad turística, con un importante patrimonio histórico, patrimonial, destacadas y diferenciadas señas de identidad: vino, caballo, flamenco, motor, monumentos, museos, fiestas declaradas de Interés Turístico Nacional e Internacional, además de eventos de proyección internacional.

A través de la calidad, excelencia, diversificación y diferenciación, reduciremos la estacionalización de la demanda turística y potenciaremos la competitividad y posición de la marca y destino turístico, a la vez que mejoraremos el índice de fidelización de los viajeros, hecho que constituye en sí mismo, el objetivo final.

56

A fin de fijar los retos, objetivos, y estrategias a seguir en el marco del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez ha sido necesario tener en cuenta la información que aportan los estudios de prospectiva turística acerca de la actividad turística y comportamiento y tendencias de la demanda turística en el municipio de Jerez.

El Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez se convierte en una oportunidad para el desarrollo de la industria turística de la ciudad, la promoción, reconocimiento, posicionamiento y competitividad de la marca y destino turístico Jerez.

2.4) Población, estadísticas de empleo y turismo con perspectiva de género y discapacidad

Jerez cuenta con una extensión de 1.188,14 km². Su término municipal es el segundo más extenso de Andalucía, justo por detrás de Córdoba y sexto de España. Cuenta con una población destacada en la geografía de la provincia de Cádiz y Andalucía, constituyéndose como el municipio más poblado de la provincia y el quinto a nivel de Andalucía.

Según el padrón municipal de habitantes rectificado al 1 de enero de 2019 la población es de 212.749 habitantes de los que aproximadamente el 49% son hombres y el 51% mujeres.

Jerez tiene el índice de población joven más alto de Andalucía. El núcleo urbano concentra el 86% de la población municipal, y en el área urbana de Jerez-Bahía de Cádiz se concentra el 61,2% de la población provincial.

57

Según la información facilitada por el Observatorio Argos de la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo correspondiente al año 2019, nos encontramos con la realidad que se refleja y define en base a los siguientes datos referidos a la extensión del municipio, la superficie a nivel provincial que ocupa, los núcleos de población que lo conforman, la población y densidad, así como el índice de población en relación con la provincia de Cádiz.

Extensión km2 (superficie total)	1.187	Población	Número	%
% Superficie provincial	15,94%	Hombres	104.084	48,89%
Núcleos de población	25	Mujeres	108.795	51,11%
Densidad de población	170,83	Total	212.879	
Población	212.749			
% Población provincial	17,19%			

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

La población inmigrante a nivel del municipio de Jerez, provincia de Cádiz y Andalucía, se sitúa en los siguientes parámetros:

Población Inmigrante	Municipio	Provincia	Andalucía
Personas inmigrantes	5.196	42.552	621.396
Tasa de población inmigrante	2,44	3,44	7,41

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

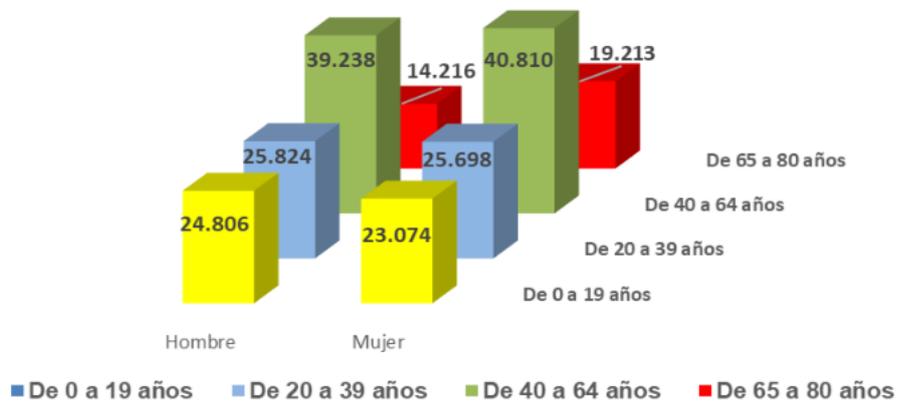
Según la edad, la población de Jerez se concentra principalmente en el rango comprendido de 40 a 64 años, y no se registran grandes diferencias entre el género masculino y femenino.

Pirámide poblacional Jerez	Hombre	Mujer	Total
De 0 a 19 años	24.806	23.074	47.880
De 20 a 39 años	25.824	25.698	51.522
De 40 a 64 años	39.238	40.810	80.048
De 65 a 80 años	14.216	19.213	33.429
Total	104.084	108.795	212.879

58

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

Pirámide poblacional



Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

Los indicadores que reflejan los datos demográficos del municipio en relación con la provincia de Cádiz y Comunidad Autónoma son los siguientes:

Tasas demográficas	Jerez	Provincia	Andalucía
Tasa de juventud	10,64%	10,57%	10,59%
Índice de vejez	15,70%	16,08%	16,83%
Índice de maternidad	20,50%	19,97%	20,26%
Índice de tendencia	82,22%	83,39%	84,67%
Índice de reemplazo	83,25%	87,60%	91,33%
Índice de dependencia	48,47%	47,74%	48,79%
Índice renovación población activa	83,96%	83,85%	86,15%

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

Los últimos datos publicados por el Observatorio Argos relativos al nivel formativo de la población se refieren al año 2017 y reflejan los siguientes datos:

59

Nivel formativo	Hombre		Mujer		Total	
	Población	%	Población	%	Población	%
Sin estudios	1.487	2,08	3.955	5,16	5.442	3,68
Estudios prim. incompletos	10.244	14,34	13.376	17,46	23.620	15,96
Estudios prim. completos	17.292	24,21	18.672	24,37	35.964	24,30
Estudios secundarios	34.054	47,69	32.085	41,88	66.139	44,68
Estudios postsecundarios	8.336	11,67	8.519	11,12	16.855	11,39

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2017

En cuanto al paro registrado en 2019, según género y nivel formativo de la población local, cabe destacar que los rangos de estudios primarios y secundarios son los que cuentan con un mayor porcentaje en ambos géneros, con más de un 23,35% y 54,33% respectivamente, situándose en 15,89%, la población con estudios postsecundarios.

Nivel formativo	Hombre		Mujer		Total	
	Población	%	Población	%	Población	%
Sin estudios	140	1,308	226	1,37	366	1,34
Estudios prim. incompletos	3.124	29,09	3.990	24,21	7.114	26,14
Estudios prim. completos	340	3,17	499	3,03	839	3,08
Estudios secundarios	6.058	56,42	9.173	55,65	15.231	55,96
Estudios postsecundarios	1.076	10,02	2.594	15,74	3.670	13,48

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

60

El índice de paro registrado en el municipio de Jerez a fecha diciembre 2019 establece en 27.220 el número de personas desempleadas, registrándose una amplia diferencia a razón del sexo, superando en 6.144 el número de mujeres paradas con respecto a los hombres, según se expresa en la siguiente tabla.

Paro registrado en el municipio	Jerez	Provincia	Andalucía
Hombre	10.738	60.579	319.790
Mujer	16.882	87.459	458.144
Total	27.620	148.038	777.934

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

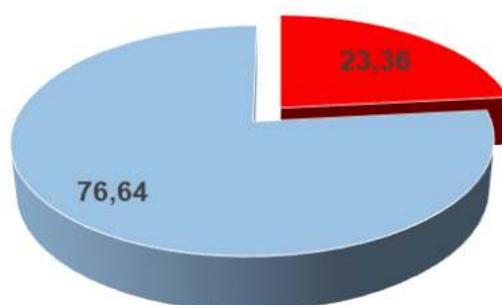
En diciembre 2019, la provincia de Cádiz presentaba una media en la demanda de empleo de 21.673 personas, de las cuales el 11,08% son demandantes del sector turístico.

Media de Demandantes	Var. Demanda	Media de Paro	Var. Paro
21.673	-1,14%	16.129	-3,62%

Fuente: Argos. Datos diciembre 2019

El número de demandantes de empleo de la provincia de Cádiz representa un 23,36% de las demandas totales de Andalucía.

Peso en el sector en Andalucía de los demandantes de la provincia de Cádiz
%



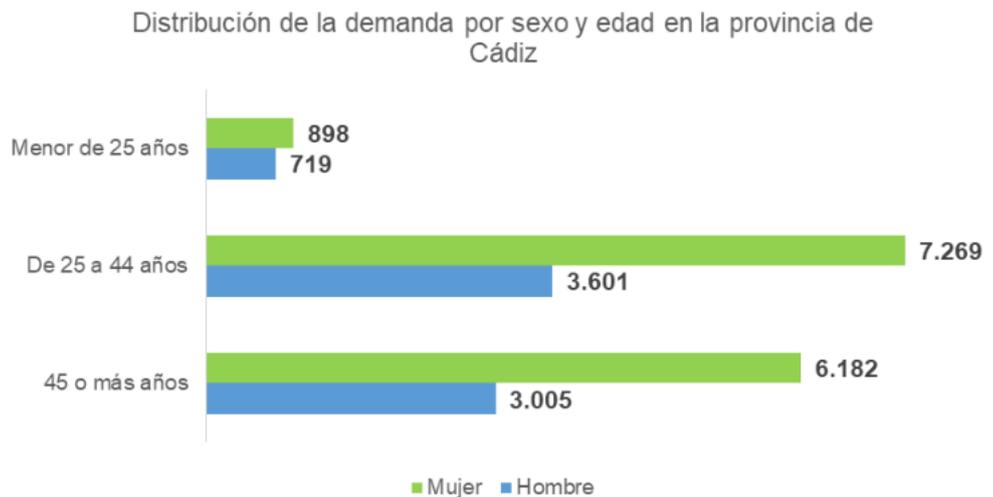
61

- Demandantes de empleo de la provincia de Cádiz
- Demandantes de empleo resto de Andalucía

Fuente: Argos. Datos diciembre 2019

Entre los municipios de la provincia de Cádiz con mayor número de demandantes, se encuentra Jerez, con una demanda de 3.572 personas y habiendo decrecido un 1,37% con respecto al periodo anterior.

La demanda de empleo en la provincia de Cádiz destaca entre las mujeres en todas las franjas de edad en relación con los hombres, llegando a 14.349 mujeres demandantes de empleo, frente a los 7.325 hombres demandantes.

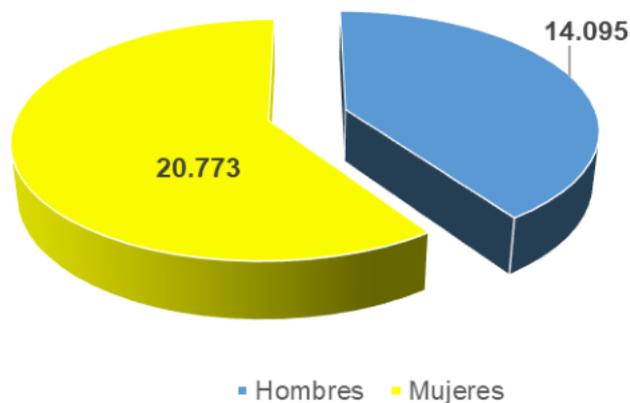


Fuente: Argos. Datos diciembre 2019

62

La demanda de empleo en Jerez a fecha diciembre 2019, asciende a 34.868 personas, de los cuales 14.095 son hombres y 20.773 mujeres.

Demandantes de empleo Jerez



Fuente: Argos. Datos diciembre 2019

El mayor número de solicitantes procede del sector servicios, tanto en el rango de género masculino como femenino. En cuanto al sector de la construcción hay que destacar el elevado número de demandantes, causado por la crisis en este sector, especialmente en lo que corresponde al género masculino con un 20,77% de demandantes de empleo, frente al 2,52% de mujeres demandantes.

Demandantes por sector actividad económica	Hombre		Mujer	
	Demandantes	%	Demandantes	%
Sector				
Agricultura y pesca	949	6,73	1.007	4,85
Construcción	2.927	20,77	523	2,52
Industria	1.111	7,88	796	3,83
Servicios	7.956	56,45	15.270	73,51
Sin empleo anterior	1.152	8,17	3.177	15,29
Total	14.095	100,00	20.773	100,00

63

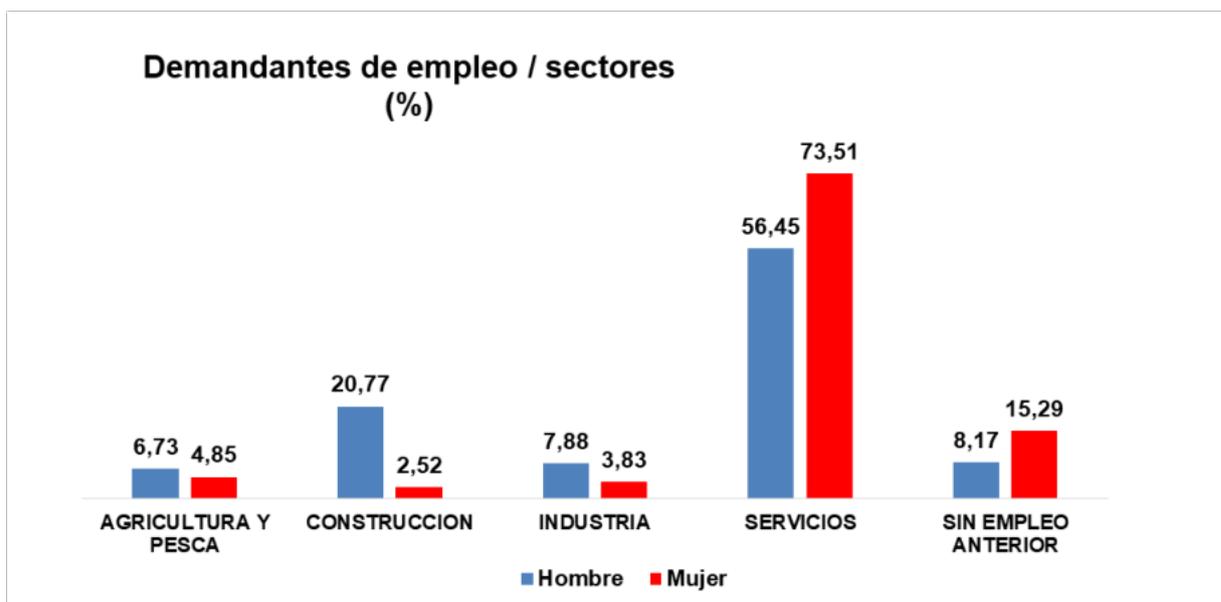
Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

Otra clasificación demandantes	Hombre		Mujer	
	Demandantes	%	Demandantes	%
Grupos de clasificación				
Atención específica	947	6,72	608	2,93
Ocupados/con relación laboral	1.855	13,16	3.060	14,73
Demandantes empleo específico	97	0,69	38	0,18
Demandantes sin empleo	458	3,25	585	2,82
Parados	10.738	76,18	16.482	79,34
Total	14.095	100,00	20.773	100,00

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

El número total de demandantes de empleo asciende a 34.868 personas, siendo el número de hombres demandantes de empleo de 14.095, mientras que el de mujeres es considerablemente más elevado, llegando a alcanzar el número de 20.773. El número de parados es de 27.220, ya que entre los demandantes se cuantifican personas que se encuentran ocupados, con una relación laboral y otras situaciones.

Es necesario destacar el elevado porcentaje de mujeres demandantes de empleo que no han contado con un empleo anterior y que en cifras asciende a 3.177, representando un 15,29% de las mujeres demandantes de empleo, frente al 8,17 de demandantes de género masculino.



Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

Jerez cuenta con una potente industria agroalimentaria. La industria del vino, junto a la agrícola, juega un papel importante en el comercio internacional. Una gran extensión del término municipal está dedicada a la agricultura, una comarca eminentemente agrícola en la que coexisten cultivos de secano y regadío.

El desarrollo de Jerez ha venido tradicionalmente de la mano del sector agroalimentario, teniendo especial relevancia la industria vitivinícola, convirtiéndose las bodegas en un referente del tejido empresarial de la ciudad y cuya influencia ha sido determinante en la actividad económica y cultural de la ciudad. En cualquier caso, es el sector terciario basado en los servicios el que se posiciona como el sector con mayor número de empleados y demanda de empleo.

A su vez, Jerez es el municipio de la provincia de Cádiz que registra una mayor demanda de empleo en el sector turístico. La actividad económica de Jerez se clasifica según número de establecimientos, según sigue:

Sector	Jerez	Provincia	Andalucía
Construcción	1.078	6.237	55.495
Industria	870	4.302	39.754
Servicios	11.493	63.938	488.441
Totales	13.441	74.477	583.690

65

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

Contratos registrados en Andalucía a lo largo del año 2019, distribuidos por meses:

Meses	Hombre	Mujer	Totales
Diciembre	306.282	183.977	490.259
Noviembre	239.604	169.839	409.443
Octubre	275.565	214.806	490.371
Septiembre	253.727	197.368	451.095
Agosto	190.666	131.242	321.908
Julio	237.886	184.148	422.034
Junio	232.388	177.897	410.285
Mayo	270.601	201.421	472.022
Abril	230.105	176.940	407.045
Marzo	251.800	173.976	425.776
Febrero	243.737	153.424	397.161
Enero	320.568	184.842	505.410
Totales	3.052.929	2.149.905	5.202.809

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

Los contratos registrados en Andalucía durante 2019 han sido 5.202.809, de los que 645.409 corresponden a la provincia de Cádiz y 121.889 a Jerez.

En Andalucía, la contratación registrada a lo largo de 2019 se clasifica según género y temporalidad de los contratos, según sigue:

Contratación Andalucía 2019	Indefinido	Temporal	Totales
Hombre	107.496	2.042.409	3.052.904
Mujer	138.521	2.914.408	2.149.905
Total	246.017	4.956.817	5.202.809

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

Contratación Provincia de Cádiz 2019	Indefinido	Temporal	Totales
Hombre	15.815	358.518	374.333
Mujer	12.549	258.527	271.076
Total	28.364	317.045	645.409

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

El número de contratos en el sector servicios en Andalucía durante 2019, sector con mayores registros, ha sido de 2.964.481, de los cuales 484.997 corresponden a la provincia de Cádiz y 87.843 a Jerez.

En lo relativo a las tasas de contratación y su comparativa entre el municipio de Jerez, la provincia de Cádiz y Andalucía, tomamos como referencia los datos que el Observatorio Argos nos ofrece referidos a diciembre 2019 y que se representa a continuación, destacando la información relativa a la tasa de contratos temporales en la ciudad, un 96,96%, similar al dato provincial y andaluz, así como la tasa de contratos a tiempo parcial en Jerez, que se sitúa en un 50,82%, por encima de la tasa de la provincia y Andalucía, según la fuente oficial consultada.

El número de contratos registrados en Jerez a lo largo de 2019 asciende a 121.889, destacando las contrataciones en el mes de mayo y meses estivales.

Meses	Hombre	Mujer	Totales
Diciembre	5.589	4.543	10.132
Noviembre	5.293	4.149	9.442
Octubre	6.293	5.305	11.598
Septiembre	6.132	4.939	11.071
Agosto	5.543	3.718	9.261
Julio	5.681	4.748	10.429
Junio	5.942	4.767	10.709
Mayo	7.739	5.461	13.200
Abril	5.783	3.974	9.757
Marzo	5.232	3.594	8.826
Febrero	4.759	3.217	7.976
Enero	5.871	3.617	9.488
Totales	69.857	52.032	121.889

67

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

Las tasas de contratación registradas en el mes de diciembre 2019, a nivel local, provincial y regional, son las siguientes:

Contratación en el municipio en el mes de diciembre 2019	%
Tasa contratos temporales Jerez	96,96
Tasa contratos temporales Provincia	96,39
Tasa contratos temporales Andalucía	96,63
Tasa contratos a tiempo parcial Jerez	50,82
Tasa contratos a tiempo parcial Provincia	41,20
Tasa contratos a tiempo parcial Andalucía	24,01
Tasa contratos a personas extranjeras Jerez	1,99
Tasa contratos a personas extranjeras Provincia	2,45
Tasa contratos a personas extranjeras Andalucía	15,45

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

En el municipio de Jerez, el número de contratos registrados en 2019 asciende a 121.889, su clasificación según género cuenta con similitudes, si bien, se sigue manteniendo un aumento relativo en el número de contratos realizados a hombres, en detrimento de los contratos registrados por el género femenino.

Hombre		Mujer		Total
Contratos	%	Contratos	%	Contratos
69.857	57,31%	52.032	42,68%	121.889

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

La contratación registrada en Jerez durante el año 2019 según la temporalidad vuelve a registrar una diferencia notable de la tipología del contrato, destacando en número los contratos temporales en relación con los indefinidos.

Indefinido		Temporal		Total
Nº de contratos	%	Nº de contratos	%	Contratos
5.244	4,30%	116.645	95,69%	121.889

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

Nivel estudios	Hombres	Mujeres	Total
No especificado	2	43	45
Sin estudios	6.549	2.990	9.539
Estudios Primarios Incompletos	2.495	1.505	4.000
Estudios Primarios Completos	19.028	10.961	29.989
Estudios Secundarios	36.807	28.073	64.880
Estudios Postsecundarios	4.976	8.460	13.436
Total	69.857	52.032	121.889

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

En el sector terciario, el comercio y el turismo se constituyen como pilares de la economía local. En 2019 se han registrado 121.889 contratos en el municipio de Jerez y estos se concentran principalmente en el sector servicios con 87.843 contratos efectuados.

Agricultura	Industria	Construcción	Servicios
17.671	7.760	8.615	87.843

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

La franja de edad en la que se registra una mayor contratación es de 25 a 44 años con 68.289 contratos firmados en 2019, frente a los 20.268 contratos realizados entre el público joven, hasta 25 años.

69

La distribución de los contratos en Jerez, según grupo de edad y género es:

Grupo de edad	Hombres	Mujeres	Total
<25 años	11.459	8.809	20.268
Entre 25 y 44 años	37.426	30.863	68.289
>44 años	20.972	12.360	33.332
Total	69.857	52.032	121.889

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

En el cuarto trimestre de 2019, se han registrado en la provincia de Cádiz un total de 36.713 contratos en el sector turístico. De este modo, se registra un descenso con respecto al mismo trimestre del año anterior del 1,80%. El 95,87% de los contratos realizados son de carácter temporal y del total de contratos formalizados en la provincia en este periodo, el 24,16% se dieron en el sector turístico.

En cuanto a la demanda de empleo registrada en la provincia de Cádiz, el número medio de demandantes de empleo en el sector turístico en el cuarto trimestre de 2019 es de 21.673 personas, produciéndose un descenso con respecto al mismo trimestre del año anterior del 1,14%.

Se calcula que el 11,08% de los demandantes de empleo se encuadran dentro del sector turístico y la cifra media de paro registrado en el sector turístico alcanza las 16.129 personas.

Las ocupaciones del sector turístico que cuentan con una mayor contratación en la provincia de Cádiz, según datos del Observatorio Argos referidos al cuarto trimestre 2019, son:

- Camareros asalariados
- Ayudantes de cocina
- Cocineros asalariados
- Personal de limpieza de oficinas, hoteles y otros establecimientos similares
- Monitores de actividades recreativas y de entretenimiento
- Recepcionistas de hoteles
- Azafatos de tierra
- Preparadores de comidas rápidas
- Guías de turismo
- Empleados de agencias de viajes

70

Estos datos coinciden, en su mayoría, con las ocupaciones más demandadas en el ámbito turístico de la provincia de Cádiz:

- Personal de limpieza de oficinas, hoteles y otros establecimientos similares,
- Camareros asalariados,
- Cocineros asalariados,
- Ayudantes de cocina,

Monitores de actividades recreativas y de entretenimiento,
 Recepcionistas de hoteles y otros,
 Guías de turismo,
 Técnicos de empresas y actividades turísticas,
 Empleados de agencias de viajes.

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

A partir de la encuesta de población activa del INE, la población activa en el sector turístico en Andalucía se cifra a finales del pasado año 2019 en 534.782.

Población activa	Nacional	Andalucía
Total Actividades Industria Turística	3.046.302	534.782
Total Actividades Sector Servicios	16.294.104	2.645.748
Total Actividades a Nivel Nacional	23.158.812	3.959.892

Encuesta población activa Tourespaña – datos INE referidos a diciembre 2019

71

El año 2019 ha finalizado registrando una población activa en Andalucía de 3.959.892 personas, correspondiendo al sector servicios 2.645.748 y 534.782 a actividades turísticas o asociadas al turismo. Según estos datos, el sector turístico en Andalucía representa un 13,50% de la población total activa.

Por su parte, la población ocupada a nivel nacional es de 19.966.900 personas, de las que 15.125.400 corresponden al sector servicios. El paro registrado en ese mismo sector y periodo asciende a 1.168.700 personas. Los datos en Andalucía en 2019 reflejan un total de 3.136.000 personas ocupadas y 823.900 personas desempleadas.

Población ocupada en Andalucía	Hombre	Mujer	Total
	1.779.100	1.356.900	3.136.000

Encuesta población activa Tourespaña – datos INE referidos a diciembre 2019

Andalucía lideró el aumento de afiliados a la Seguridad Social en el sector turístico durante el pasado año, con un incremento del 4,1 % con respecto al año anterior y siendo, además, el mayor de España y superior al incremento medio del país, que fue del 3,2%.

Para paliar esta desigualdad, y según se recoge en el Plan General de Turismo de Andalucía (PGTSA), el Pacto Andaluz por la Igualdad de Género es uno de los instrumentos de planificación de referencia, y contempla aspectos tales como:

- Impulsar, fomentar y seguir apoyando las iniciativas emprendedoras de las mujeres hacia el trabajo autónomo y la creación de empresas tanto en ámbitos de interior como en cualquier otro.
- Fomentar la responsabilidad social de las empresas como instrumento impulsor de la igualdad de oportunidades.
- Promocionar la realización de programas, experiencias y proyectos que favorezcan la diversidad y la inclusión de colectivos con mayor vulnerabilidad o en riesgo de exclusión social, incluyendo a mujeres.
- Reconocer la legitimidad y el valor de las asociaciones de mujeres como eje vertebrador.
- Propiciar el empoderamiento de las mujeres incidiendo en el acceso a los recursos y el reconocimiento de su propia identidad.
- La inclusión de la participación de los movimientos asociativos en todo lo relacionado con políticas y planificación de género.

72

Se aprecia en los últimos años un fuerte componente estacional en la actividad turística, y la tendencia es de una mayor concentración de contratos en los meses centrales del año para las ramas más directamente relacionadas con el turismo. El transporte es la rama que menos acusa la estacionalidad de la demanda y, en consecuencia, los contratos registrados en esta rama se reparten más homogéneamente a lo largo del año.

Es importante considerar la calidad y estabilidad atendiendo al tipo de contrato o relación laboral de la población ocupada asalariada. En función de la modalidad de contrato que dispusieron los asalariados y asalariadas de la industria turística de Andalucía en el año 2019, se pueden diferenciar dos grupos: 246.017 con contratos de duración indefinida y 4.956.817 con contratos de duración temporal, en cualquier caso, se ha detectado un crecimiento en ambos tipos de contratos, algo superior para los que dispusieron de un contrato temporal que para los que tuvieron un contrato indefinido.

73

Los contratos temporales se relacionan de forma directa con la estacionalidad de la actividad turística y actúan de forma negativa en la estabilidad del empleo y la economía.

La comparación de las tasas de temporalidad en la industria turística, en el sector servicios y en el total de la economía andaluza revela que la tasa de temporalidad en las actividades turísticas se sitúa siempre por encima de las registradas en el sector servicios y en el total de la economía.

Los datos reflejan la desigualdad de condiciones a nivel, regional, provincial y local, en el acceso al mercado laboral atendiendo al género y edad, así como la falta de calidad y estabilidad en el empleo. Es necesario considerar la dificultad de las personas con discapacidad en acceder al mercado laboral y obliga a desarrollar medidas y programas dirigidos a mejorar su inserción laboral.

Los datos relativos a este colectivo en Andalucía a lo largo de 2019 presentados por el Observatorio Argos nos aportan una visión clara y precisa, a la vez que cercana de este colectivo.

La demanda de empleo de personas con discapacidad por grupo de edad, nivel formativo y género en Andalucía a fecha diciembre 2019 asciende a 24.354, de los que 12.447 son hombres y 11.907 mujeres. Esta demanda en la provincia de Cádiz se distribuye según sigue:

Grupo de Edad	Nivel Formativo	Hombre	Mujer	Total
Menor de 25 años	Estudios primarios incompletos	19	7	26
	Estudios primarios completos	5	3	8
	Estudios secundarios	49	36	85
	Estudios postsecundarios	1	2	3
De 25 a 44 años	Sin estudios	7	7	14
	Estudios primarios incompletos	97	57	154
	Estudios primarios completos	29	20	49
	Estudios secundarios	628	492	1.120
45 o más años	Estudios postsecundarios	70	88	158
	Sin estudios	10	9	19
	Estudios primarios incompletos	175	178	353
	Estudios primarios completos	55	57	112
	Estudios secundarios	892	912	1.804
	Estudios postsecundarios	99	97	196
Total provincia de Cádiz		2.139	1.965	4.101

74

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

El rango que abarca la mayor concentración de demandantes de empleo es el de 'estudios secundarios' y el rango de edad de más de 45 años.

La demanda de empleo de personas con discapacidad por sectores, grupo de edad y género registrados a lo largo del año 2019 destaca en el grupo de edad de 45 o más años, seguido de comprendidos entre los 25 a 44 años, y en ambas opciones es el sector servicios el que cuenta con una mayor demanda.

Grupo de edad	Sectores	Hombre	Mujer	Total
Menor de 25 años	Agricultura y pesca	1	0	1
	Construcción	3	0	3
	Industria	2	2	4
	Servicios	21	14	35
	Sin empleo anterior	47	32	79
Entre 25 y 44 años	Agricultura y pesca	19	12	31
	Construcción	47	9	56
	Industria	45	22	67
	Servicios	574	517	1.091
	Sin empleo anterior	146	104	250
45 o más años	Agricultura y pesca	60	32	92
	Construcción	166	25	191
	Industria	96	35	131
	Servicios	863	988	1.851
	Sin empleo anterior	46	173	219
Provincia de Cádiz		2.136	1.965	4.101
Andalucía		12.447	11.907	24.354

75

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

La demanda de empleo de personas con discapacidad en Andalucía, en diciembre 2019, asciende a 24.354 personas, de las que 12.447 son hombres y 11.907 mujeres y en la provincia de Cádiz suman un total de 4.101 demandantes, 2.136 hombres y 1.965 mujeres.

El paro registrado en Andalucía en el mes de diciembre 2019 en el colectivo de personas con discapacidad es de 16.092 personas.

En lo que respecta a la contratación de personas con discapacidad en Andalucía a lo largo de 2019, cabe destacar un incremento en el número de contratos con relación a periodos anteriores, ascendiendo a 66.642 contratos. Estos contratos se clasifican según género y temporalidad en la siguiente tabla.

Contratos en Andalucía	Hombre	Mujer	Total
Indefinido	2.455	1.382	3.837
Temporal	40.254	22.551	62.805
Totales	42.709	23.933	66.642

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

De las 66.642 contrataciones registradas en Andalucía, aproximadamente 10.311 contratos corresponden a la provincia de Cádiz, distribuidos en 6.800 contratos a hombres y 3.511 contratos a mujeres. Atendiendo al grupo de edad, las personas mayores de 45 años fueron el segmento que mayor número de contrataciones registraron, seguidos del grupo establecido entre los 25 y 44 años.

76

Contratos registrados en la provincia de Cádiz a personas con discapacidad por duración del contrato, rango de edad y género en el año 2019.

Temporalidad	Rango de edad	Hombre	Mujer	Total
Indefinido	Menor de 25 años	10	4	14
	Entre 25 y 44 años	178	102	280
	45 o más años	164	80	244
	Total	352	186	538
Temporal	Menor de 25 años	317	133	450
	Entre 25 y 44 años	2.867	1.549	4.416
	45 o más años	3.264	1.643	4.907
	Total	6.448	3.325	9.773
Total		6.800	3.511	10.311

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

De los 66.642 contratos registrados a personas con discapacidad en Andalucía, el pasado año 2019, 10.311 corresponden a la provincia de Cádiz, destacando en ambos ámbitos territoriales los efectuados en el sector servicios, que se sitúa a la cabeza de las contrataciones.

La temporalidad en las contrataciones a discapacitados se debe considerar, ya que el número de contratos registrados con carácter temporal es muy alto y pone de manifiesto, la precariedad del empleo de este colectivo, tanto a nivel regional, como provincial.

El paro registrado en Andalucía en el mes de diciembre 2019 asciende a 16.092 personas. El paro registrado en la provincia de Cádiz en este mismo periodo asciende a 2.722 personas, y se clasifica según la siguiente tabla:

Grupo de edad	Sector actividad económica	Hombre	Mujer	Total
MENOR DE 25 AÑOS	Agricultura y pesca	1	0	1
	Construcción	3	0	3
	Industria	2	2	4
	Servicios	17	12	29
	Sin empleo anterior	39	30	69
ENTRE 25 Y 44 AÑOS	Agricultura y pesca	11	8	19
	Construcción	33	6	39
	Industria	35	17	52
	Servicios	420	403	823
	Sin empleo anterior	119	89	208
45 O MÁS AÑOS	Agricultura y pesca	23	15	38
	Construcción	86	22	108
	Industria	32	26	58
	Servicios	438	656	1.094
	Sin empleo anterior	33	144	177
Total		1.292	1.430	2.722

77

Fuente: Observatorio Argos. Datos diciembre 2019

Atendiendo al grupo de edad, el mayor registro de paro se registra entre los grupos establecidos entre los 25 y 45 años, con 1.141 parados contabilizados y en el grupo de más de 45 años, con un total de 1.475 parados.

Por todo ello, y atendiendo a lo marcado por la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía, la Ley 9/2018, de 24 de abril, de modificación de la Ley 11/2003, de 10 de abril, sobre el estatuto de las personas con discapacidad, así como el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte (PGTSA H2020), el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez cuenta con ese marco de referencia, considerando que la igualdad de género y la incorporación de personas con discapacidad supone un reto y objetivo transversal y, como tal, se contemplará en las actuaciones a desarrollar. Así mismo, tendrán la misma consideración la creación de empleo estable y de calidad, e incorporación de los jóvenes al mercado laboral.

78

3) Necesidades y objetivos básicos del turismo en la ciudad, definición del modelo con las orientaciones estratégicas generales

3.1) Adecuación del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez a las especificaciones, directrices, principios rectores, retos, objetivos y líneas estratégicas del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020.

El Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez ha tenido en cuenta en su propuesta el marco de la planificación turística de Andalucía.

El Estatuto de Autonomía de Andalucía, aprobado por Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, establece en su artículo 37 que el turismo es un elemento económico estratégico de Andalucía.

El artículo 71 del Estatuto establece que “corresponde a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de turismo, que incluye, en todo caso: la ordenación y la planificación del sector turístico; la regulación y la clasificación de las empresas y establecimientos turísticos y la gestión de la red de establecimientos turísticos de titularidad de la Junta”.

El artículo 92 establece las competencias propias de los municipios sobre unas determinadas materias, entre las que se encuentra la promoción del turismo. En su desarrollo, la Ley 5/2010, de 11 de junio, de Autonomía Local de Andalucía, atribuye a los municipios competencias de promoción del turismo.

79

Estas competencias de promoción del turismo incluyen:

- La promoción de sus recursos turísticos y fiestas de especial interés.
- La participación en la formulación de los instrumentos de planificación y promoción del sistema turístico en Andalucía.
- El diseño de la política de infraestructuras turísticas de titularidad propia.

El artículo 197 especifica de manera expresa que “los poderes públicos de Andalucía orientarán sus políticas especialmente al desarrollo del turismo sostenible, la protección del litoral y la red de espacios naturales protegidos, así como al fomento de una tecnología eficiente y limpia”, lo que constituye un mandato para que la planificación y la ordenación de la actividad turística se realice con criterios de máxima sostenibilidad.

80

La Ley 5/2010, de 11 de junio, de Autonomía Local de Andalucía recoge que los municipios andaluces tienen competencia para ejercer su iniciativa en la ordenación y ejecución de cualesquiera actividades y servicios públicos que contribuyan a satisfacer las necesidades de la comunidad municipal, siempre que no estén atribuidas a otros niveles de gobierno.

La Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo en Andalucía prevé una serie de instrumentos de planificación y ordenación de los recursos turísticos, entre los que destaca el Plan General del Turismo (desarrollado en el artículo 11 de dicha Ley).

El Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez se fundamenta en la normativa y estrategias turísticas de Andalucía.

En este sentido, se considera la Ley 13/2011, de 23 de diciembre de Turismo de Andalucía que prevé una serie de instrumentos de planificación y ordenación de los recursos turísticos, entre los que destaca el Plan General del Turismo de Andalucía (desarrollado en el artículo 11 de dicha Ley), que define el marco de referencia estratégico del turismo a medio plazo, estableciendo las orientaciones generales para la formulación, implementación, seguimiento y evaluación de los diferentes planes y políticas impulsados desde la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local.

El presente Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez persigue la conexión, al igual que el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020, con las políticas turísticas a escala nacional y europea, y además tiene en cuenta las siguientes estrategias a nivel regional:

- Agenda por el Empleo. Plan Económico de Andalucía 2014-2020. Estrategia para la Competitividad. Tiene como finalidad establecer un planteamiento estratégico de desarrollo regional para Andalucía para dicho periodo que permita impulsar el crecimiento y el empleo en Andalucía, en coherencia con la política europea de cohesión en el marco de la Estrategia Europa 2020.

- Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza Horizonte 2020 que tiene como objetivo principal incrementar el grado de internacionalización de la economía y las empresas andaluzas, para contribuir al desarrollo de un modelo económico sostenible, de más empleo y de mayor calidad para Andalucía.

El Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020, por su naturaleza integradora, actúa como eje vertebrador e instrumento básico y esencial en la ordenación de los recursos turísticos para todo el ámbito geográfico de la Comunidad Autónoma, por lo que se han tenido en cuenta y asumido, sus principios rectores, retos, objetivo central y objetivos generales, así como líneas estratégicas en el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez.

Además, se ha considerado la información resultado de la labor de prospectiva realizada y el Decreto 146/2016, de 30 de agosto, por el que se aprueban los Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía y los convenios de colaboración mediante los que se articulan.

De esta forma, el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez asume el criterio del “desarrollo sostenible” como base de la planificación de la actividad turística, entendiéndose como una apuesta por el crecimiento y desarrollo del sector de una forma sosegada.

Se entiende la sostenibilidad desde un enfoque integral y englobando la sostenibilidad ambiental, cultural, económica y social del territorio. Una herramienta que hará posible el crecimiento de la industria turística, a la vez que proporcione una experiencia turística de excelencia, preservando los recursos y calidad de vida de la ciudadanía.

82

Cabe enunciar y asumir los PRINCIPIOS RECTORES del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020 como base en la propuesta de iniciativas del Plan. Estos principios rectores se definen según sigue:

- Proceso de producción de servicios turísticos eficiente y equitativo.

Un aspecto esencial para la supervivencia de cualquier proceso de desarrollo es su viabilidad, y la actividad turística, entendida como tal, requiere de la viabilidad de los productos turísticos que se ofertan.

Para ello, se debe fomentar el desarrollo del tejido empresarial turístico, fuerte y bien articulado, procurando su rentabilidad y competitividad. Pero este desarrollo debe corresponderse con un reparto equitativo de las rentas que genera, a través de la creación de un empleo estable, impulsando la cualificación de trabajadores y trabajadoras, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, el acceso de jóvenes y personas con discapacidad al mercado laboral, y asegurando una correlación justa entre las remuneraciones salariales y el crecimiento del sector y los ingresos obtenidos.

83

- Proceso de defensa de los valores locales.

Cada territorio alberga unos valores culturales, naturales, paisajísticos, históricos, etnográficos, etc., los cuales constituyen la base de su singularidad e identidad.

En la mayoría de los casos, estos valores o recursos representan el principal atractivo de un destino turístico. Son la materia prima a partir de la cual se pueden crear productos turísticos.

Esta consideración significa que, en el proceso de producción de una experiencia turística, estos valores se deben utilizar, pero sin degradarlos o consumirlos, procurando su puesta en valor, protección y regeneración.

El uso turístico de un territorio debe entenderse como un proceso continuo de retroalimentación para los valores que posee dicho territorio, impulsando así su desarrollo sostenible.

- Proceso de cohesión territorial.

La actividad turística debe contribuir a un desarrollo equilibrado y complementario de los diferentes territorios, dinamizando aquellas zonas con menor actividad, así como recualificando y ordenando el desarrollo de aquellas más pujantes o emergentes.

84

Jerez se encuentra situado estratégicamente y en segunda línea de playa, configurando un destino único dentro de la marca provincia de Cádiz, por lo que se debe intentar complementar la oferta de interior con la del litoral, combinar los lugares icónicos y más representativos con otros espacios singulares a descubrir. Generar una oferta turística diversa y heterogénea representa una garantía de competitividad para el destino y la mejor manera de redistribuir los efectos socioeconómicos del turismo por todo su territorio.

- Proceso continuado de innovación para la calidad y la excelencia.

Si consideramos constituirnos como un destino turístico de excelencia a nivel mundial, debemos aspirar a ser competitivos a través de la innovación y la calidad de los servicios, primando la satisfacción de los turistas, para lo que se han de generar los sistemas de información y de resolución de conflictos necesarios para garantizar sus derechos.

Es por ello, que Jerez se plantea la calidad y la excelencia como un proceso constante de mejora a través de la innovación, en el que la investigación, el desarrollo y la transferencia de los resultados obtenidos juegan un papel clave.

Sin el impulso de este proceso nos será imposible afrontar los retos del desarrollo sostenible en un futuro. Igualmente, tampoco será posible abordar los retos presentes sin un conocimiento exhaustivo de la demanda y sobre la propia actividad, o sin medir y evaluar el resultado de las acciones que se implementan para poder reorientar las políticas públicas.

Asimismo, hay que seguir apostando por la calidad de las infraestructuras turísticas en el marco de la calidad integral de los destinos; por la accesibilidad universal; por la innovación en los productos ofertados y la aplicación de nuevas tecnologías, que suponen la única garantía para continuar manteniendo una posición de liderazgo mundial.

- Proceso social de apropiación de la actividad turística por parte de la ciudadanía.

La articulación de un destino supone un acto de voluntad social, premisa sin la cual resulta muy complicado su desarrollo. En este sentido, uno de los mayores activos que puede tener un destino es su ciudadanía, cuya implicación y buena convivencia con el turismo es un intangible que resulta clave en la satisfacción y fidelización del visitante.

El turista es un residente temporal de un territorio, por lo que promover la función de acogida de la población local refuerza la imagen de destino cercano y cálido en el trato que nos identifica.

La interacción con la ciudadanía de un destino influye en que la persona que lo visita se sienta integrada y comparta sus tradiciones, se aproxime y comprenda la forma de vida e identidad del destino. Esto constituye un rasgo indispensable de este modelo integral de desarrollo turístico sostenible.

- Proceso de gobernanza basado en la transparencia, la participación igualitaria desde una perspectiva de género y la codecisión.

Resulta imprescindible promover un modelo de gobernanza turística basado en la transparencia, la participación de todos sus actores y la codecisión, donde la subsidiaridad y la cooperación público-privada e interadministrativa sean una pauta fundamental de actuación.

Se parte de la premisa de impulsar acciones considerando todos los posibles actores de los que dependan, a los que se les debe ofrecer la posibilidad de implicarse en la toma de decisiones, aporten ideas, contribuyan a la gestión y respondan conjuntamente de las acciones emprendidas, todo ello prestando especial atención a la brecha de género y personas con discapacidad que se puedan presentar en la representatividad de dichos actores.

De igual forma, implementar medidas para la creación de espacios comunes que fomenten el encuentro entre dichos actores supone la base para la planificación turística y constitución de la marca.

86

Cabe enunciar los RETOS del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020, como parte de la estrategia del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez:

1. Promover la sostenibilidad integral del espacio y destino turístico, minimizando los impactos negativos que se derivan de las actividades turísticas y potenciando los positivos.
2. Fomentar la creación y desarrollo de productos y rutas turísticas diferenciadas y diversas, que contribuyan a la desestacionalización de la demanda y a la generación de empleo estable y de calidad.
3. Mejorar la eficacia y la eficiencia de los instrumentos de promoción y comercialización de la oferta turística, con objeto de consolidar la posición de la marca en el mercado nacional e internacional.
4. Articular mecanismos que fortalezcan la cooperación público-privada, así como la coordinación interadministrativa, potenciando el trabajo en red y las sinergias asociativas.
5. Potenciar la complementariedad entre los diferentes segmentos, destinos y productos turísticos, contribuyendo a la mejora de la competitividad del sector.
6. Impulsar la profesionalización del capital humano, mejorando los niveles de formación (reglada o práctica) y cualificación, como factor de excelencia y garantía de calidad en el empleo.

87

7. Generalizar el uso de las nuevas tecnologías en el turismo, apoyando la investigación y la innovación, y potenciando el desarrollo de un conocimiento científico aplicado, transparente y accesible.
8. Lograr la excelencia y la calidad total del destino turístico, como factor diferenciador frente a otros destinos competidores, y desde una concepción que incluya todos los servicios y productos turísticos.
9. Implementar mecanismos normativos de armonización, estandarización y articulación de la oferta, así como habilitar mecanismos jurídicos de control de su adecuado cumplimiento.
10. Fortalecer la internacionalización de las empresas turísticas.

De igual forma, se asumen en el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez, el objetivo central y los objetivos generales del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020.

88

El destino turístico Jerez asume el objetivo central de consolidar la sostenibilidad integral y la competitividad del turismo como sector estratégico de la economía, generador de empleo de calidad y desarrollo económico.

Al igual que el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020, Jerez adopta como finalidad en su Plan Turístico de Grandes Ciudades, la promoción y fomento del turismo en la ciudad, y la mejora de la calidad y competitividad de la oferta turística local y su correspondiente aportación a la oferta turística de la provincia de Cádiz y Andalucía, con el fin de lograr un desarrollo integral y sostenible de la actividad turística, como sector estratégico en la economía a partir de la adopción y ajuste de los objetivos generales que el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020.

Ajuste de los objetivos generales:

1. Definir estrategias y políticas para implementar un modelo de desarrollo turístico sostenible, viable, equitativo, competitivo e igualitario desde una perspectiva de género, que haga un uso óptimo de los recursos disponibles, respetuoso con los valores locales y los espacios donde se desarrolla el turismo y que garantice la cohesión territorial.
2. Potenciar el tejido empresarial turístico y generar empleo estable y de calidad, fomentando el principio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, así como de las personas con discapacidad.
3. Impulsar la creación y difusión de productos que divulguen y pongan en valor los recursos naturales, culturales, territoriales y paisajísticos del territorio, procurando la complementariedad y la liberación de sinergias entre los distintos segmentos, la imagen de la calidad de los espacios turísticos y la implicación de la población local en la experiencia turística.
4. Vincular la sostenibilidad al desarrollo de un modelo turístico que se apoye en la gestión integral de la calidad del destino, la innovación dentro del tejido empresarial, especialmente la tecnológica y la formación y transferencia de conocimiento entre sus profesionales, favoreciendo la diversificación para propiciar la ruptura de estereotipos de género y la inclusión de jóvenes y colectivos desfavorecidos en el mercado laboral.
5. Promover un proceso de integración entre la planificación y la gestión, que permita adaptarse a la evolución de la coyuntura económica impulsando con ello el crecimiento diferencial de una oferta y demanda con mayor valor añadido.

6. Establecer mecanismos de participación efectivos entre los actores implicados en el modelo de desarrollo turístico, que fomenten el reconocimiento social del turismo y que generen espacios e instrumentos de cooperación en el ámbito de la decisión, la gestión y la financiación.

7. Favorecer la innovación y puesta en valor de los rasgos y factores culturales que nos diferencian, desarrollando una oferta integrada que permitirá incentivar la evolución hacia un destino sostenible.

El concepto de desarrollo integral y sostenible va encaminado a fomentar la generación de empleo estable y de calidad, así como condiciones igualitarias en cuanto a la incorporación de hombres, mujeres, jóvenes y personas con discapacidad al mercado laboral.

90

Además de la generación de empleo, ha de favorecer el emprendimiento empresarial en el ámbito turístico, fomentando la cultura emprendedora entre la población en general y prestando especial atención a la juventud y la igualdad efectiva de oportunidades entre hombres y mujeres y personas con discapacidad.

Las LÍNEAS ESTRATÉGICAS del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020 constituyen las directrices que definen los pilares sobre los que se ha diseñado el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez.

Línea E 1 Dinamización integral y cooperativa del sector turístico andaluz

Línea E 2 Apoyo al tejido empresarial para la creación de productos turísticos

Línea E 3 Estabilidad y calidad en el empleo

Línea E 4 Gestión de la estacionalidad turística

Línea E 5 Refuerzo y posicionamiento de la marca Andalucía

Línea E 6 Andalucía: destino turístico de excelencia

Línea E 7 Innovación y competitividad turística

Línea E 8 Segmentos turísticos: desarrollo y complementariedad

91



LÍNEAS ESTRATÉGICAS



A partir de estas Líneas Estratégicas, el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020 contempla 30 programas de actuación:

- Adecuación entre planificación y gestión.
- Coordinación administrativa y de cooperación público-privada.
- Elaboración inventario recursos y productos turísticos.
- Accesibilidad administrativa.
- Apoyo a la formación de clubes de productos.
- Apoyo al emprendimiento turístico sostenible y competitivo.
- Apoyo al desarrollo de productos turísticos adaptados a las nuevas necesidades de la demanda.
- Apoyo a emprendedores para el desarrollo de nuevos segmentos y productos.
- Apoyo normativo a las empresas turísticas para el mantenimiento de un empleo estable y de calidad.
- Apoyo para el acceso al empleo de colectivos desfavorecidos.
- Impulso de segmentos y productos turísticos con motivaciones no estacionales.
- Impulso de segmentos y productos turísticos de comportamiento estacional complementario.
- Concienciación institucional para la gestión de la estacionalidad del sistema turístico andaluz.
- Promoción y comercialización de productos turísticos diversificados fuera de temporada alta.
- Promoción de productos turísticos que proporcionen experiencias y emociones.
- Coordinación público-privada para el posicionamiento del destino a través de investigación en los mercados de origen.

93

- Promoción y comercialización de productos turísticos segmentados por temporadas.
- Utilización de las nuevas tecnologías en la promoción y comercialización turística.
- Formación y profesionalización de recursos humanos.
- Defensa y protección de los derechos de los usuarios turísticos.
- Accesibilidad universal en los destinos turísticos.
- Apoyo a la calidad y de fomento de la sostenibilidad en las infraestructuras turísticas.
- Generalización del uso de las nuevas tecnologías en el turismo.
- Impulso a la internacionalización de las empresas turísticas andaluzas.
- Desarrollo de la investigación, la innovación y la modernización del sector turístico andaluz.
- Productos turísticos en base a la innovación tecnológica.
- Desarrollo de macro-productos y segmentos turísticos emergentes.
- Complementariedad entre segmentos, destinos y productos turísticos.
- Desarrollo del turismo de reuniones en complementariedad con otros segmentos turísticos.
- Impulso a la creación y desarrollo de rutas e itinerarios gastronómicos.

3.2) Objetivos del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez

A los objetivos generales del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020, se incorporan los objetivos generales marcados por el Decreto 146/2016, de 30 de agosto, por el que se aprueban los Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía y los convenios de colaboración mediante los que se articulan, en su artículo 3.

Este artículo especifica los objetivos generales de los Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía de conformidad con lo dispuesto en el artículo 15 de la Ley 13/2011, de 23 de diciembre:

- a) La puesta en valor y uso de recursos turísticos.
- b) La adecuación del medio urbano al uso turístico impulsando la accesibilidad universal.
- c) El aumento de la calidad de los servicios turísticos de la ciudad.
- d) La mejora del producto turístico existente y la creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos.
- e) La sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística.
- f) El fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local.

95

Partimos del conocimiento de la oferta y actividad turística, situación actual y tendencias y de la demanda real y potencial, como base para la toma de decisiones y diseño de productos adaptados a las nuevas necesidades, exigencias y comportamientos de una demanda en continuo cambio, estableciendo medidas que implementen la satisfacción de sus necesidades y expectativas de forma personalizada.

Es indispensable esta adaptación del sector a las nuevas tendencias y que la misma se realice de forma continua, ya que de esta manera podremos adelantarnos en la definición y creación de ofertas capaces de lograr su satisfacción.

Jerez hace una firme apuesta por el desarrollo turístico integral del destino a partir de la calidad, excelencia, accesibilidad, sostenibilidad, innovación, y apoyo al desarrollo de sectores y productos turísticos, en busca de la diversificación, diferenciación, el fortalecimiento y posicionamiento de la marca Jerez, contemplando de forma transversal la consecución de retos como la generación de empleo estable y de calidad, la igualdad de género y la incorporación de jóvenes y discapacitados al mercado laboral.

3.3) Orientaciones estratégicas generales del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez

Las directrices del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, Horizonte 2020 fija el modelo y conforma los pilares sobre los que se asientan las líneas estratégicas, iniciativas y actuaciones del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez.

Para la creación y el desarrollo de un destino turístico sostenible, competitivo y adaptado a las necesidades y exigencias de los clientes, se considera imprescindible implementar factores como la accesibilidad, movilidad, diversidad, diferenciación, sostenibilidad, responsabilidad, calidad y excelencia, entre otros.

Igualmente resulta de vital importancia concienciar y sensibilizar a la ciudadanía y a los agentes locales de la importancia que la industria turística representa para el desarrollo sostenible de nuestra economía como fuente de riqueza y empleo.

Un reto importante en la apuesta por el desarrollo turístico del destino Jerez es la implicación de todos los agentes locales en beneficio del desarrollo de este sector, entendiendo que sin esta complicidad e implicación los esfuerzos y estrategias fijadas no alcanzarían las cotas esperadas. Involucrar a todos los agentes, públicos y privados, a la ciudadanía, a los clientes, consumidores e intermediarios, en la asunción de los compromisos y la realización de las acciones necesarias es clave para alcanzar resultados relevantes y la sostenibilidad integral del destino Jerez.

97

La adecuación del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez a las Líneas Estratégicas del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020 se expresa en los siguientes términos:

Línea Estratégica 1 - Dinamización integral y cooperación del sector turístico.

El desarrollo de la actividad turística requiere la coordinación de múltiples sectores de la actividad económica y social, no siempre estrictamente relacionados con el turismo, a ello también se incorporan los servicios que dan soporte a la actividad y anejos que contribuyen a consolidar la singularidad de las experiencias turísticas.

En la industria turística local interactúan organizaciones públicas y privadas, organizaciones e instituciones varias, empresas de servicios turísticos específicos (alojamiento, restauración, agencias de viajes, etc.), empresas de servicios de aplicación turística (comercios, centros de visitas, atractivos varios, etc.) y aquéllos otros servicios que prestan su apoyo a la actividad turística (taxis, policía, sanidad, etc.).

La coordinación y cogestión pública-privada necesita de la participación de la administración local, organizaciones y empresas privadas e incluso de la ciudadanía.

El trabajo en red, articulado de forma conjunta, colectiva y transversal, conectando todos los actores, agentes, personas y redes implicadas en la experiencia turística es imprescindible para la puesta en valor de los atractivos y recursos turísticos, y transformarlos en productos turísticos diversos y diferenciados.

98

Por todo ello, para la dinamización del sector se requieren herramientas de trabajo que favorezcan la cooperación de todos los agentes vinculados al sector y que contribuyan al desarrollo del turismo.

Línea Estratégica 2 - Apoyo al tejido empresarial para la creación de productos turísticos.

Tenemos que partir de la calidad de los servicios turísticos como base de la competitividad de la oferta y de las empresas. De este modo se considera estratégico el apoyo a la modernización y adaptación a la demanda del tejido empresarial con el objetivo de mejorar la competitividad empresarial.

Para ello es necesario hacer una apuesta por medidas que favorezcan el aprovechamiento del conocimiento, talento y capacidad de emprendimiento existente en el sector turístico.

99

Esta línea estratégica hace una apuesta firme por la creación, desarrollo y potenciación de una oferta de productos turísticos sostenible, de calidad, diversa y diferenciada, con el objetivo de mejorar la competitividad de la oferta de Jerez y su posicionamiento en los mercados, incidiendo de forma positiva en la desestacionalización de la demanda.

Igualmente, se establece como necesario el desarrollo de clubs de producto como fórmulas de colaboración y cogestión capaces de conformar productos integrados que generen experiencias, apostando por la mejora de la calidad y cultura del detalle al cliente, salvaguardando la autenticidad del patrimonio, recursos naturales, culturales y sociales, así como su puesta en valor turístico.

La creación de clubs de productos a partir de la cooperación, coordinación y cogestión que hacen posible el desarrollo de productos integrados a partir de parámetros de calidad, incide en la calidad y excelencia de la oferta, y la acercan y posicionan de forma competitiva en segmentos de mercados específicos.

Línea Estratégica 3 - Estabilidad y calidad en el empleo.

La industria turística incide de forma positiva en el desarrollo del tejido productivo, en la producción empresarial, en la economía y la creación de empleo.

Los nuevos comportamientos de la demanda, así como la adecuación de los espacios turísticos a las nuevas demandas específicas, requieren una mayor formación, especialización y adaptación a las nuevas actividades que surgen precisamente de esta segmentación.

100

En la actualidad nos encontramos con un déficit de formación y el tejido empresarial se encuentra con una enorme dificultad para la captación y retención de trabajadores, entre otros motivos por la falta de dignificación (imagen, sueldos, etc.) del sector. Todo esto repercute de forma negativa en la calidad del servicio que el visitante recibe y percibe, dañando el esfuerzo de la labor de marketing y comercialización que por otro lado se realiza.

Jerez es un destino turístico que necesita adaptarse a los diversos segmentos emergentes de la demanda, aplicando conceptos como la calidad, la excelencia, la innovación, la accesibilidad y la sostenibilidad.

Los servicios y la atención prestados por los profesionales de la industria turística y de otros sectores son un factor clave en la experiencia percibida y en la satisfacción del cliente, por lo que resulta indispensable desarrollar actuaciones encaminadas a la profesionalización del sector, adaptando la formación, promoviendo la estabilidad y la calidad del empleo.

El desarrollo de un destino turístico sostenible con una oferta que se componga de productos turísticos diferenciados y diversos, desarrollados en base a la calidad, excelencia, innovación, accesibilidad y cultura del detalle al cliente, hará posible la desestacionalización de la oferta, incrementar la satisfacción del cliente y con ello, el índice de fidelización. Esto solo será posible si consideramos e implementamos la profesionalización del sector como factor estratégico.

101

Es importante tener en cuenta al visitante/turista durante el ciclo completo de consumo: antes, durante y después de su estancia en nuestro destino. Realizamos un gran esfuerzo para atraer visitantes, pero una vez en nuestro destino y tras su visita, no hacemos el consiguiente y necesario esfuerzo para satisfacerles y asegurar su labor de marketing (boca-oreja), además de su fidelización para posteriores ocasiones.

Es necesario articular estrategias y actuaciones que permitan la fidelización de estos clientes, ya que constituyen la herramienta de marketing más eficaz. Según el análisis del perfil del visitante a Jerez, en un 37,82% de los casos deciden viajar a nuestro destino por la recomendación de amigos y/o familiares, el 24% por la experiencia anterior.

Línea Estratégica 4 - Gestión de la estacionalidad turística.

La disminución o supresión de la estacionalidad representa uno de los principales retos de la actividad turística, ya que repercute directamente y de forma positiva en la creación de empleo estable y de calidad.

Partimos de la ventaja competitiva de contar con unos elementos desestacionalizadores por excelencia, como pueden ser flamenco, vino y caballos, de los que resulta una amplia oferta de propuestas practicables durante todo el año.

Una oferta diversificada y diferenciada conformada entorno a estos elementos, así como otras ofertas importantes en segmentos como pueden ser: golf, motor, reuniones, naturaleza, etc. En este sentido es importante lograr el desarrollo de una oferta de calidad integrada en el eje de la diversificación y diferenciación para reducir la tasa de estacionalidad que impide la optimización de la actividad turística y reduce su índice de rentabilidad.

Como medida para disminuir la estacionalidad, resulta imprescindible promover el desarrollo de ofertas diferenciadas y diversas, adaptadas a las necesidades y tendencias, y que ejerzan poder de atracción de diferentes nichos de la demanda, de forma no temporal.

102

Línea Estratégica 5 -Refuerzo y posicionamiento de la marca Andalucía.

Es imprescindible que el desarrollo de las estrategias vaya encaminado a lograr posicionar la imagen de la marca Andalucía, a través del fortalecimiento de la competitividad y posicionamiento de la marca “Jerez” en los diferentes mercados de la demanda, ya sean mercados tradicionales, como aquellos otros que se consideran emergentes.

Resulta un reto estratégico la orientación de las actuaciones promocionales y comercializadoras hacia la competitividad y posicionamiento de la marca Jerez, jugando un papel destacado la innovación tecnológica como herramienta que hace posible acceder a una demanda cada vez más segmentada y diversa.

Línea Estratégica 6 - Andalucía, destino turístico de excelencia.

103

La apuesta por la calidad, la excelencia y la cultura del detalle al cliente, que hacen posible vivencias turísticas satisfactorias durante el desarrollo de la experiencia turística, es un factor clave en la competitividad y posicionamiento de la marca Jerez.

Debemos entender la calidad y la excelencia como un elemento diferenciador de nuestra oferta, a través del cual podemos optimizar la gestión, garantizar la satisfacción de las necesidades y expectativas durante el ciclo completo de consumo y posicionarnos de forma competitiva en los mercados de la demanda.

Jerez debe configurarse como un espacio de calidad en el que se implican todos los agentes sociales mediante la adopción, implementación y adaptación de los sistemas de garantías de la calidad turística, de gestión y ambiental, con el objetivo de asegurar la calidad total experiencial / vivencial percibida por los turistas y visitantes, así como su fidelización.

Línea Estratégica 7 - Innovación y competitividad turística.

La industria turística es vital para la economía, incidiendo positivamente en el desarrollo de los tres sectores económicos.

Su efecto multiplicador sobre otros sectores económicos nos hace pensar que apoyar la innovación en el sector es promover el desarrollo de muchas actividades de elevado valor añadido.

Es necesario adaptarse a las nuevas demandas que cada vez son más exigentes, adoptando medidas innovadoras que hagan posible el incremento de la competitividad individual y colectiva de las empresas.

Se considera absolutamente necesario para la competitividad y rentabilidad del tejido empresarial adoptar medidas y herramientas de especialización, modernización e innovación en la gestión de procesos que nos permita la optimización de todos los recursos productivos (RR.HH., tecnologías, fuentes de energía, etc.).

La mejora de la competitividad de la industria turística a fin de lograr un mejor posicionamiento en los mercados de la demanda, ya sean nacionales o internacionales, exige medidas innovadoras encaminadas a la modernización, y para ello han de conocer y utilizar las nuevas herramientas y tecnologías existentes.

104

Línea Estratégica 8 - Segmentos turísticos: desarrollo y complementariedad.

La experiencia turística se conforma a partir de múltiples productos y servicios. Todos los elementos que interaccionan durante el ciclo de consumo, ya sea antes, durante o tras la finalización del consumo de la experiencia turística, conforman la vivencia, superación y satisfacción de las expectativas del turista o visitante.

El turismo es una industria que se nutre y tiene sus efectos en otras actividades con carácter transversal. Todos los elementos que interaccionan constituyen pilares fundamentales que condicionan y van a determinar la experiencia turística.

A fin de satisfacer las inquietudes y preferencias de la demanda, es necesario desarrollar productos turísticos de calidad que integren a todos los prestatarios de servicios y líneas de actuación, productos integrados que se basen en la complementariedad de recursos capaces de poner en valor los rasgos culturales, ambientales y sociales del territorio en el que se desarrolla la actividad turística.

105

Esta segmentación, basada en la complementariedad, contribuye positivamente a la diversificación de la oferta turística, a la mejora de la competitividad, el desarrollo económico y la generación de empleo, asegurando la sostenibilidad integral del espacio turístico: social – cultural – ambiental y económica, entendiendo por:

- Sostenibilidad social: bienestar de la ciudadanía y visitantes
- Sostenibilidad cultural: salvaguardar y reforzar los rasgos culturales e identidad

- Sostenibilidad medioambiental: preservar e implementar nuestro espacio y recursos naturales
- Sostenibilidad económica: desarrollo del sector turístico enfocado a la rentabilidad y bienestar de la ciudadanía.

En este sentido, será de gran valor la adopción por los agentes locales de los principios de responsabilidad social. Ha de establecerse una correspondencia efectiva entre objetivos económicos, sociales y ambientales en relación con la estrategia empresarial y de desarrollo del destino, al objeto de fomentar la transparencia del sector con la sociedad y el equilibrio entre los intereses de las diferentes partes involucradas.

Estas líneas estratégicas, junto a los retos y objetivos fijados, son el cauce para lograr la adecuación del medio y la puesta en valor y uso de atractivos y recursos turísticos, mejorando la accesibilidad y movilidad del viajero hacia el destino turístico Jerez, así como durante su estancia en el territorio.

106

3.4) Justificación de la conveniencia y oportunidad de ser objeto de un Plan Turístico de Grandes Ciudades de Andalucía.

El Decreto 146/2016, de 30 de agosto, por el que se aprueban los Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía y los convenios de colaboración mediante los que se articulan, se constituye como un instrumento que pretende establecer políticas turísticas diferenciadas y sostenibles para aquellas ciudades con una población de derecho superior a los cien mil visitantes y los diferentes segmentos que conforman el sistema turístico en Andalucía

Los Planes Turísticos de Grandes Ciudades son una herramienta capaz de establecer mecanismos de colaboración y participación entre las administraciones públicas, los agentes económicos y sociales más representativos dentro del sector turístico y la iniciativa privada.

La finalidad esencial de los Planes Turísticos de Grandes Ciudades es la promoción y el fomento del turismo urbano, debido a que constituye el segmento turístico de mayor crecimiento y menor estacionalidad a nivel mundial en los últimos años, además de constituirse como uno de los segmentos con mayor potencial de expansión y crecimiento.

El Plan Turístico de Grandes Ciudades establece como necesario reforzar el papel de los destinos en la mejora de la calidad y de la competitividad de la oferta turística en Andalucía. El turismo urbano, inicialmente basado en los atractivos patrimonial, cultural y gastronómico, está adquiriendo una mayor complejidad con la aparición de nuevos productos y modelos de gestión del sector del turismo y del ocio en las grandes ciudades, por lo que éstas deben adaptarse al nuevo escenario mediante un proceso de planificación estratégica que las consolide como destinos reconocibles en el mercado turístico nacional e internacional.

107

El Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez constituye una oportunidad para la dinamización y planificación turística estratégica de la ciudad a partir de la participación de todos los agentes sociales.

Jerez desarrolla con éxito un Plan de Excelencia Turística en el periodo 2004 - 2007, financiado por la Administración Central, Junta de Andalucía y Ayuntamiento de Jerez, herramienta que permitió abordar el desarrollo de actuaciones encaminadas a crear un destino único competitivo en el mercado, basado en la calidad, la excelencia y la diversificación de la oferta turística.

Posteriormente, la ciudad de Jerez cuenta con un Plan Turístico para el periodo 2008-2011, desarrollado en base a los objetivos y orientaciones estratégicas recogidos en el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía y los ejes y objetivos del Plan de Turismo Español Horizonte 2020.

108

Jerez hace una apuesta por la calidad y la excelencia. En este ámbito cuenta con una larga trayectoria, como destino SICTED, ya que ha implantado los Manuales de Aproximación a la Calidad en el tejido empresarial que conforma la oferta turística y aquellas otras actividades de aplicación al turismo, además de la implantación de manuales de calidad en relación con clubes de productos.

Jerez necesita planificar y desarrollar un modelo de desarrollo turístico basado en la sostenibilidad, la calidad y la excelencia como valores añadidos al destino turístico, con un único objetivo: configurar una oferta turística integrada y capaz de satisfacer y superar las necesidades y expectativas de nuestros consumidores/visitantes y a la vez asegurar y mejorar los servicios y calidad de vida de la ciudadanía.

La industria turística de Jerez representa una de las principales fuentes de riqueza y empleo, lo que hace necesario configurar y planificar un desarrollo basado en la sostenibilidad, a partir de una oferta diversificada, diferenciada y de calidad que permita el posicionamiento preferente del destino turístico Jerez en los mercados nacionales e internacionales, con el objetivo de lograr la máxima optimización y rentabilidad de los recursos existentes, incidiendo positivamente en el desarrollo social, cultural y económico del territorio.

Partiendo de que en la actividad turística interaccionan de forma diversa y compleja todos los agentes que conforman la oferta y la demanda, es importante posibilitar que este hecho se desarrolle en las condiciones más favorables de calidad y excelencia, ya que la percepción del entorno y contexto en el que se realiza dicha prestación o consumo del servicio, tanto en sus características físicas, humanas, organizativas o funcionales, inciden en el grado de satisfacción de nuestros visitantes.

109

La industria turística de Jerez se configura como un sector clave, generador de empleo y riqueza. Para su desarrollo sostenible necesita una planificación estratégica que, de forma cooperada, coordinada e integrada, permita una mayor dinamización, rentabilidad y desarrollo del sector y de la economía local en general, haciendo posible el posicionamiento de la marca destino turístico Jerez a medio y largo plazo y la sostenibilidad integral del espacio turístico.

El presente Plan persigue impulsar la accesibilidad universal, el aumento de la calidad de los servicios turísticos, la mejora del producto turístico existente y la creación de nuevos e innovadores productos, la sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística y el fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local.

Posicionar la oferta turística de Jerez será posible acometiendo acciones de mejora de los atractivos y recursos que conforman la oferta turística, la puesta en valor de nuevos recursos patrimoniales y culturales, el desarrollo de nuevos productos diferenciados y diversos, y la aplicación de la innovación y las nuevas tecnologías para lograr una oferta de calidad que permita una mayor competitividad y posicionamiento del destino turístico Jerez en los diferentes mercados emisores, tanto tradicionales como emergentes.

El Plan permitirá el desarrollo integral del destino turístico Jerez a través de la planificación y la apuesta por la industria turística como principal actividad económica del municipio.

El Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez hará posible impulsar el desarrollo turístico de la ciudad. El proyecto se configura como una apuesta firme por la potenciación turística de los recursos patrimoniales y culturales, a fin de consolidar un modelo de desarrollo turístico que permita disfrutar de una experiencia única e irrepetible, atendiendo a los gustos y expectativas del turista y visitante, mediante la prestación de unos servicios de máxima calidad.

110

4) Identificación de los recursos urbanos, culturales y paisajísticos susceptibles de conformar productos turísticos y los criterios básicos para su puesta en valor, uso sostenible y promoción. Oferta turística de Jerez.

Jerez es la quinta ciudad de Andalucía en número de habitantes, sexto término municipal más extenso de España, siendo el tercero en extensión que no es capital de provincia.

La extensión del término municipal de Jerez es de 1.188 Km², está compuesto por 25 núcleos de población, y tiene 212.749 habitantes (según padrón municipal de habitantes a 1 de enero de 2019), lo que lo convierte en el municipio más poblado de la provincia de Cádiz y el quinto de Andalucía, contando esta con un total de 8.414.240 habitantes.

111

Jerez se localiza al suroeste de Andalucía, en la provincia de Cádiz y goza de un clima agradable y suave. Su término municipal comprende una gran extensión del Parque Natural de los Alcornocales y su enclave estratégico nos ofrece un paisaje de colinas sembradas de viñedos que nos llevan al mar, una costa de extensas playas de arena blanca y acantilados, próxima a Sanlúcar de Barrameda, a la desembocadura del río Guadalquivir, donde se encuentra el Parque Nacional de Doñana.

Desde la ciudad se puede divisar las montañas de la Sierra de Cádiz y el Parque Natural Sierra de Grazalema, una ruta plagada de pueblos blancos cargados de historia y belleza, un territorio rico en historia, en patrimonio y recursos naturales.

La ciudad de Jerez se ubica en una fértil zona de campiña formada por la vega del Guadalquivir, junto al río Guadalete, a pocos minutos de las playas atlánticas y de la Sierra de Cádiz. Jerez cuenta con una excelente situación geográfica y unas agradables temperaturas, con más de 3.200 horas de sol al año. Las temperaturas se suavizan por su cercanía al mar y la latitud, permitiendo disfrutar de suaves inviernos y agradables veranos.



112

Las distancias por carretera a las principales ciudades de la región son: Cádiz a 35 Km. por N-IV, Sevilla a 100 Km. por N-IV y a 78 Km. por la Autopista A-4, Algeciras a 122 Km por A-381, Huelva a 189 Km. por la N-IV y A-49, Córdoba a 205 Km. por la N-IV, Málaga a 244 Km. por A-381 y N-340 ó 220 Km. por A-382 y N-331, Granada a 267 Km. por A-382 y A-92 y Almería a 462 Km. por A-382-N-331-N-340.



113

INFRAESTRUCTURAS DE COMUNICACIÓN

La ciudad cuenta una posición geográfica estratégica dentro de Andalucía y un completo equipamiento de infraestructuras de comunicación y excelentes medios de comunicaciones, de un lado el Aeropuerto de Jerez, que se consolida con una importante tendencia de crecimiento, especialmente en el caso del tráfico internacional y de otro lado, la vía ferroviaria apta para la alta velocidad.

El proyecto del AVE Barcelona – Jerez – Cádiz se presenta como una realidad a corto plazo y vendrá a reforzar la accesibilidad a la ciudad, mejorando las múltiples conexiones y tiempos con numerosas ciudades y capitales.

El Aeropuerto de Jerez se sitúa estratégicamente a 8 km de Jerez, 40 km de Cádiz, 80 km de Sevilla y 220 km de Málaga. Sus balances arrojan unos datos muy positivos y al alza en cuanto al tráfico doméstico e internacional, aumentando el número de vuelos y pasajeros.



El Aeropuerto de Jerez facilita conexiones por carretera y tren a las principales ciudades, siendo ejemplo de transporte intermodal.

El Aeropuerto de Jerez cerró 2019 con 1.120.742 pasajeros, lo que supone un ligero descenso del 1,21% en relación con el año anterior. 572.517 pasajeros tuvieron origen o destino en alguna ciudad española, y 528.868 pasajeros optaron por operaciones con el extranjero.

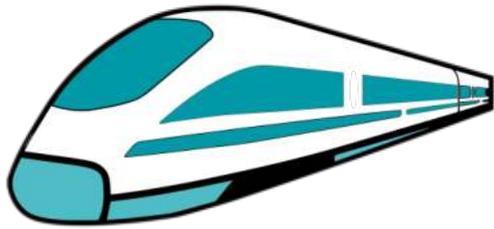


En relación con la actividad internacional del Aeropuerto de Jerez, Alemania, Reino Unido, Italia, Bélgica y Francia fueron los mercados con mayor demanda.

115

Su zona de influencia no se limita sólo a la provincia de Cádiz, sino que incluye también la zona occidental de Andalucía (Sevilla, Huelva y Córdoba). En esta zona viven alrededor de 4.000.000 personas.

La conexión del transporte aéreo con la estación de autobuses y ferrocarril es posible gracias a una línea de autobuses que distribuye a los visitantes llegados al Aeropuerto de Jerez hacia la Estación de Autobuses de Jerez y otros destinos de la provincia de Cádiz y a la inversa, además de un apeadero de Renfe en el Aeropuerto.



La estación de ferrocarril de Jerez ofrece conexión de Alta Velocidad. Esta estación se sitúa en el centro de la ciudad y dispone de servicios de Larga y Media Distancia, enlazando la ciudad con las más importantes ciudades del país, además de la Línea -1 de Cercanías Cádiz.

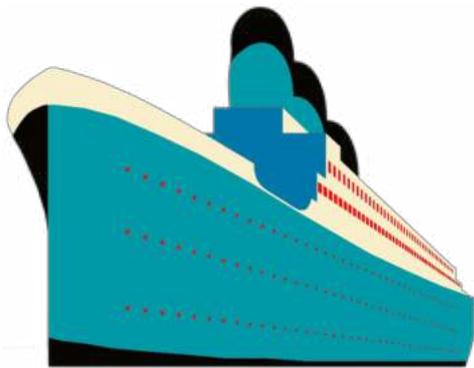
Jerez ha logrado integrar el trazado ferroviario en el urbanismo de la ciudad que ha consistido en la adecuación del tramo urbano del ferrocarril a su paso por la ciudad, eliminado el efecto barrera que suponía este para la ciudad, básicamente mediante la elevación de la vía, creando amplias zonas de paso, y liberando terrenos que en su mayoría han servido para crear nuevos viarios y espacios públicos.

116

El apeadero de ferrocarril en el Aeropuerto de Jerez consigue el desarrollo de un sistema de transporte intermodal integrado para Jerez y su entorno.

La Estación de Autobuses de Jerez cuenta con una red de desplazamiento público por carretera muy importante, su situación junto a la estación de ferrocarril y el enlace con el Aeropuerto de Jerez y otras ciudades de la provincia y región, hacen posible la accesibilidad de los usuarios y el desarrollo de flujos turísticos.





Jerez está próxima a los puertos marítimos de Algeciras (a 90 km) y Cádiz (a 40 km), así como a la Zona Franca de Cádiz.

A todas estas infraestructuras, se le suma la existencia de una importante red de carreteras, con gran vertebración a nivel provincial, autonómico y nacional que facilita la movilidad de viajeros y la accesibilidad al destino Jerez y provincia de Cádiz.

En cuanto al tráfico rodado, el centro urbano de Jerez ofrece facilidades de aparcamiento que hacen posible el acceso al centro histórico a partir de zonas habilitadas y aparcamientos subterráneos con una disponibilidad de aproximadamente 3.600 plazas.

117

ELEMENTOS DIFERENCIADORES

Con una antigüedad que se remonta a la época de los fenicios, Jerez es mundialmente conocida por sus vinos, por la crianza del caballo cartujano, por ser la cuna del arte flamenco, declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, y por los deportes del motor.

Fue denominada Ciudad Europea del Vino 2014 por la Red Europea Ciudades del Vino, Capital Mundial del Motociclismo 2015-2017 por la Federación Internacional de Motociclismo (FIM), y Ciudad Europea del Caballo en 2018 por la Asociación Euroequus.

Jerez es una ciudad puramente andaluza, donde la tradición convive en perfecta armonía con la modernidad y en la que se puede disfrutar de una gran paleta de atractivos, de sus fiestas, eventos singulares, patrimonio arquitectónico y cultural, un paseo por el centro de la ciudad declarado Conjunto Histórico-Artístico y que a su vez nos ofrece la oportunidad de experimentar la gastronomía en restaurantes, bares y tabancos, en el bullicioso y alegre ambiente del centro histórico.

118

La ciudad basa su oferta turística en su identidad y en aquellos aspectos y elementos diferenciales arraigados en su cultura.

Estos elementos diferenciadores nos ofrecen múltiples posibilidades en su puesta en valor turístico, dando lugar al desarrollo de una oferta auténtica, diversa, singular y diferenciada y con carácter sostenible y desestacionalizador, hecho muy importante dada la creciente competencia que conlleva una necesidad de singularizarse y diferenciarse en el mercado, a fin de lograr un mejor posicionamiento.

Jerez cuenta con atractivos de proyección internacional, que hacen de la ciudad uno de los destinos más atractivos y sugerentes de Andalucía. El caballo, el vino y el flamenco son elementos diferenciadores de Andalucía y España, que definen e identifican plenamente a la ciudad de Jerez en el mundo.

Es importante destacar la declaración de Jerez como Ciudad Europea del Caballo 2018. Un reconocimiento que le ha otorgado la Red de Ciudades Europeas del Caballo (EUROEQUUS) por acuerdo de la asamblea celebrada en Waregem (Bélgica). Jerez es socio fundador de esta asociación, que tiene como principal objetivo promover y desarrollar el sector ecuestre y el patrimonio cultural del caballo y que pretende crear una identidad cultural, social y económica a través de la colaboración entre diferentes territorios europeos vinculados al sector ecuestre.

119

El vino y las bodegas de Jerez siguen siendo uno de los mayores exponentes turísticos de la ciudad y se constituyen, junto con el clima, como el principal reclamo para la elección del destino. Jerez cuenta con una importante industria turística en torno a sus vinos, dando lugar a una oferta enoturística integrada que conforma la Asociación Ruta del Vino y Brandy del Marco de Jerez. Este producto turístico ha experimentado un crecimiento destacado y el enoturismo se constituye como un producto con un enorme potencial y proyección a nivel nacional e internacional.

Otro de los elementos diferenciadores de la oferta cultural de la ciudad es el flamenco, Jerez se reconoce como la cuna del arte flamenco, de la Bulería, ha aportado a este arte grandes artistas y cuenta actualmente con una destacada programación e importantes citas de referencia en este segmento, como puede ser el Festival de Jerez, evento internacional de reconocido prestigio y con más de XXV ediciones, la Fiesta de la Bulería, con más de 50 años de historia o los Viernes Flamencos, que se celebran en los meses estivales.

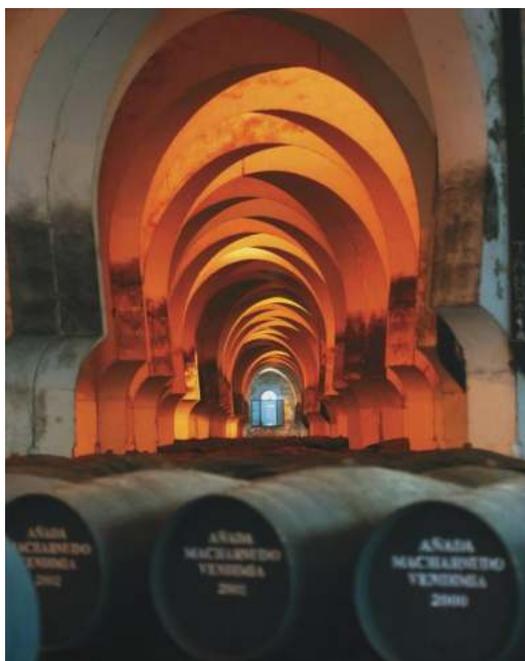
Estas citas alrededor del Flamenco son algunos de los eventos claves del calendario festivo de la ciudad, que igualmente cuenta con fiestas en las que el flamenco es protagonista, como la Feria del Caballo y las Fiestas de la Vendimia, ambas declaradas de Interés Turístico Internacional, o la Navidad de Jerez.

De igual modo, Jerez cuenta con un referente internacional en el mundo del motor como es el Circuito de Jerez, un atractivo turístico y deportivo de referencia en el ámbito nacional e internacional. El calendario deportivo del Circuito de Jerez cuenta con un amplio calendario anual de pruebas y acoge pruebas deportivas tan importantes como el Gran Premio de España de Motociclismo, un evento de carácter anual que atrae un considerable número de visitantes y turistas, dando origen a una demanda que incide positivamente en el consumo de la oferta turística a nivel local, provincial y regional. El Circuito de Jerez cuenta además con un amplio calendario de pruebas que se distribuyen durante todo el año y que repercute en el movimiento turístico de la ciudad de forma continuada.

120

Sus atractivos culturales convierten a Jerez en un enclave estratégico para el desarrollo regional, constituyéndose como eje central de las áreas de desarrollo de Andalucía.

Jerez cuenta con una destacada riqueza cultural y con reconocimiento internacional. El nombre de la ciudad traspasó fronteras para trascender a todo el mundo hasta llegar a universalizarse, gracias al vino “jerez” o “sherry”,



Bodegas Fundador – Fuente: Bodegas Fundador

Los elementos que definen la singular personalidad de Jerez son el vino, caballo, flamenco, deporte, la gastronomía, el patrimonio histórico-artístico, así como un amplio calendario de eventos y numerosos atractivos.

Jerez es historia, es legado monumental, es un cúmulo de la herencia de civilizaciones pasadas y lugar de arraigadas tradiciones que son características de las ciudades de dilatadas biografías.

121

De orígenes aureolados por la mítica civilización tartésica que prosperó en las inmediaciones de la costa suratlántica andaluza. Sabemos de la existencia de una Xera fenicia, luego intensamente romanizada con el nombre de Ceret, y de una Scherisch musulmana que alcanzaría gran protagonismo económico y militar hasta su reconquista en 1264.



Museo Arqueológico de Jerez – Fuente: Ayuntamiento Jerez

La herencia de tan largo devenir y de las diversas culturas que se asentaron en Jerez a lo largo de los siglos se nos presenta en vestigios que aún laten con viveza por la ciudad y su entorno. Si en los yacimientos de Mesas de Asta podemos contemplar lo que fueron sus primeros pobladores, el Alcázar de Jerez, Melgarejo y los restos del recinto almohade que defendieron a la población en la Edad Media nos ilustran sobre la importancia lograda por la Jerez islamizada.



122

Panorámicas de Jerez - Fuente: Ayuntamiento

La Jerez moderna y acomodada a los nuevos tiempos, de grandes avenidas y modernos centros comerciales, de vida cultural activa y de elementos tan innovadores, sus magníficas infraestructuras turísticas o sus complejos deportivos, conviven a la perfección con tanta tradición y con tan rico legado monumental a cuya sombra permanece viva la cotidianidad pausada, lo circunspecto y la medida que siguen respirándose en sus barrios.

Jerez ofrece numerosas posibilidades: los espectáculos ecuestres en la Real Escuela Andaluza del Arte Ecuestre y la Yeguada Hierro del Bocado son únicos, la visita a las incomparables bodegas, catedrales donde los vinos y brandies nacen y envejecen en silencio, el disfrute del flamenco más puro, su centro histórico - declarado Conjunto Monumental Histórico-Artístico, son algunas propuestas para disfrutar de un destino inolvidable.

Iglesias, palacios y edificios singulares se descubren entre naranjos y fuentes a lo largo de plazas, calles y rincones; son también numerosos los museos y centros temáticos donde el caballo, el flamenco y el vino, toman protagonismo.

Este patrimonio y estos atractivos, unido al clima, facilitan la práctica de deportes y la celebración de una gran variedad de acontecimientos sociales, presidido todo ello, por un rico patrimonio arquitectónico y cultural.



123

Claustros de Santo Domingo - Fuente: Ayuntamiento Jerez



Alcázar de Jerez - Fuente: Ayuntamiento Jerez

EL FLAMENCO

Jerez está considerada la 'Cuna del Arte Flamenco'. Esta ciudad ha sido desde el pasado siglo, la ciudad que más y mejores cantaores, bailaores y guitarristas ha dado a la historia del flamenco.



Festival de Jerez - Fuente: Ayuntamiento

Jerez cuenta con dos barrios donde se inicia este arte internacional, los barrios de San Miguel y Santiago, que se originan a partir de dos iglesias que les dan nombre, templos levantados a partir de la conquista cristiana. La bulería es el baile y cante típico y originario de la ciudad.

Jerez es reconocida como la ciudad que más intérpretes ha ofrecido al arte flamenco, en cantidad y calidad, además se dice que no hay ciudad en el mundo que pueda hacer uno o varios recorridos por sus calles y tener tantos sitios y lugares emblemáticos relacionados con este arte universal.

124

El arte flamenco cuenta con espacios, atractivos y recursos a considerar, como puede ser recorrer itinerarios por los barrios de Santiago y San Miguel, y acercarse a las grandes leyendas históricas que salpican el callejero jerezano.



Festival de Jerez - Fuente: Ayuntamiento

Las Peñas Flamencas de Jerez, son espacios donde se experimenta el flamenco auténtico en su hábitat natural y donde se desarrolla un abanico de actividades a lo largo de todo el año.

Constituyen, además, espacios museísticos en los que se exponen los más variados recuerdos de cantaores, tocaores y bailaores, sirviendo, al mismo tiempo, como lugar de convivencia y aula de conocimiento donde el aficionado participa de un diálogo directo con los maestros del flamenco.

Jerez cuenta con un centro de estudio y conocimiento como es el Centro Andaluz de Flamenco, ubicado en el corazón del Barrio de Santiago, ocupando el dieciochesco Palacio de Pemartín, que nos ofrece un amplio archivo de documentación, y una importante fonoteca que ofrece la historia y el conocimiento de esta peculiar manifestación artística, arraigada en el espíritu jerezano.

Este espacio dedicado al flamenco acoge el centro de estudios más importante del mundo, promoviendo la investigación y el estudio de las raíces del flamenco y su desarrollo. Es un auténtico museo en todo lo que respecta a este arte y el principal soporte de Andalucía encargado de salvaguardar los valores tradicionales del arte flamenco.

125

Destacan además, los espectáculos flamencos y espacios ambientados en torno a este arte, declarado Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la Unesco. Entre otros espacios, Jerez cuenta con tablaos y tabancos, que acercan el flamenco a los visitantes.



Tabanco El Pasaje – Fuente: Tabanco El Pasaje

Jerez cuenta, además, con fiestas y eventos destacados, como pueden ser el Festival de Jerez, que se celebra cada año durante la última semana de febrero y primera quincena de marzo. Este Festival disfruta de una enorme aceptación y admiración en mercados nacionales e internacionales, por la calidad de los espectáculos, así como por la faceta formativa, dado que su programa recoge un amplio ciclo formativo dirigido a diferentes niveles de aprendizaje del flamenco, en sus diversas manifestaciones.

Otros eventos destacables son, los Viernes Flamencos, que se celebran durante los meses de julio y agosto en las calles y plazas de la ciudad, así como la Fiesta de la Bulería, que se celebra cada año y constituye uno de los certámenes con más tradición y proyección en el mundo del flamenco.

Al proclamarse el flamenco como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco, Jerez celebra en el mes de noviembre el Día Internacional del Flamenco con un amplio programa de actividades.

126



Festival de Jerez – Fuente: Ayuntamiento de Jerez

EL VINO



El Vino y Brandy de Jerez y Vinos de la Tierra de Cádiz son productos únicos que dan origen a una rica cultura milenaria que es un factor diferenciador y motivo de proyección de estos productos y de la marca Jerez a nivel internacional.

Velo de Flor - Fuente: Consejo Regulador Vinos de Jerez

Vinos exclusivos por su especial naturaleza derivada de las características ligadas a su producción, partiendo de la excepcional situación geográfica y proximidad al Atlántico, los suelos calizos, "tierras albarizas", donde crecen las viñas.

127

Todo esto, unido a la variedad de uvas y a la crianza de los vinos en las bodegas, en las que diferenciamos las bodegas conocidas como catedrales del vino, y aquellas otras construcciones ancladas en cortijos andaluces, y modernas e innovadoras bodegas que se están desarrollando, conforman una oferta novedosa y atractiva para descubrir la cultura vinícola del territorio.



Imagen y fuente: Bodegas Cortijo de Jara

Jerez es sede de los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen "Jerez - Xérès - Sherry", Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda y Vinagre de Jerez y la Denominación Específica Brandy de Jerez que regula esta producción y eleva al Brandy de Jerez como uno de los licores más prestigiosos del mundo. A diferencia de otros licores, el Brandy de Jerez es producido a partir de la uva.

Es importante reseñar el trabajo de promoción de los vinos del Marco de Jerez que realiza la institución en todo el mundo.



128

Imagen y fuente: Bodegas Tío Pepe

En 2015 se celebraba el 80 aniversario del nacimiento oficial del Consejo Regulador de los Vinos de Jerez. En 1935 se publicaba el primer Reglamento de la Denominación de Origen Jerez-Xérès-Sherry y de su Consejo Regulador. Se daba así carta de naturaleza a la primera Denominación de Origen creada en España

El enoturismo es una actividad turística que incide en los tres sectores económicos, y en torno a las múltiples actividades y experiencias que se pueden disfrutar, se ha desarrollado el Club de Producto Rutas del Vino y Brandy del Marco de Jerez que nace con el objetivo de integrar todos los recursos culturales, naturales y patrimoniales, para convertirlos en una oferta turística integrada y de calidad.



Este producto turístico se configura a partir de unos parámetros de calidad que se recogen en un manual de producto, lo que le capacita para su pertenencia al Club de Producto "Rutas del Vino de España", avalado por la Secretaría General de Turismo y la Asociación de Ciudades Españolas del Vino (Acevin). De esta manera, se abren vías de comercialización y marketing que posibilitan de forma privilegiada su posicionamiento en el mercado, ya que viene a atender un segmento específico de la demanda, además de una demanda que busca experiencias y vivencias culturales.



Imagen y fuente: Bodegas Dios Baco



Bodegas Real Tesoro & Valdespino
Fuente: Grupo Estévez

Las Rutas del Vino y Brandy del Marco de Jerez son un ejemplo de coordinación y gestión público-privada, ya que los agentes implicados en este proyecto son las administraciones locales de los ocho municipios que conforman el territorio del Marco de Jerez, zona de producción y crianza de los Vinos y Brandies de Jerez, los Consejos Reguladores, instituciones dedicadas a la investigación y formación, así como el sector privado del territorio, que ofrecen una oferta diversificada y diferenciada y que se ajusta a las inquietudes y tendencias de la demanda.

Las bodegas de Jerez se han convertido en uno de los grandes atractivos turísticos de Jerez, siendo una visita obligada para los visitantes a la ciudad.



Imagen y fuente: Bodegas Fundador

Según datos del Observatorio Turístico de Jerez, en 2019 se registraron 1.408.013 visitantes a los diferentes atractivos de Jerez, de los que han correspondido un total de 494.225 visitantes a las bodegas.

130

Esto supone un 35,10% del total de visitantes a los atractivos de Jerez. Las visitas al Circuito de Velocidad, con un 24,2%, ocupa el segundo puesto en el ranking de las visitas a los atractivos, seguido del segmento ecuestre y monumental, ambos con un registro del 11,1% de los visitantes.

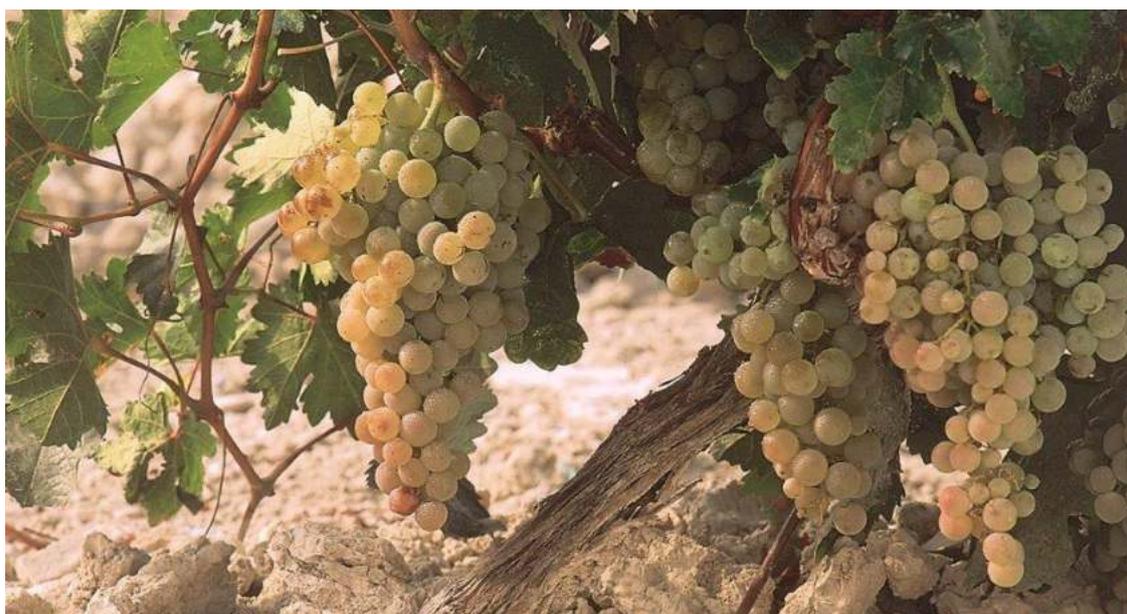
La Ruta del Vino y Brandy del Marco de Jerez se consolida como la primera o segunda Ruta del Vino más visitada de los 30 Rutas del Vino de España, según los datos aportados por el Observatorio de este Club de Producto.

Grandes firmas vinateras de carácter internacional o nacional, así como otras con una antigua tradición familiar, comparten una oferta amplia y realmente atractiva, única en su concepto.

En relación con la oferta enoturística de la ciudad, Jerez cuenta con el Centro de Dinamización Enoturístico del Marco de Jerez, ubicado en la sede del Consejo Regulador del Vino y Brandy. Junto con los Museos de la Atalaya, lugar que acoge el Centro de Interpretación del Vino de Jerez, son espacios con un destacado potencial de conocimiento y entrada a la cultura de los vinos del territorio y complemento indispensable en la visita a la ciudad.

A estos recursos se une un amplio abanico de enotecas, salas de catas, empresas de turismo activo que nos acercan a la naturaleza y a la más diversa oferta de actividades enoturísticas, paseos a caballo por las viñas, rutas en todoterreno, spas con tratamientos de vinoterapia, visitas a haciendas, visitas a la viña, menús de maridajes y de tapas, bares de vinos, rutas guiadas por la ciudad o los tabancos, que constituyen un elemento diferenciador de la cultura vitivinícola, del legado gastronómico de la ciudad y elemento clave en el arraigo de la cultura vitivinícola y la población.

131



Uvas Palomino - Fuente: Consejo Regulador Vinos de Jerez



Bodegas Tradición – Bodegas Tradición

Igualmente, Jerez cuenta con fiestas y eventos destacados en torno a la cultura vitivinícola, como pueden ser las Fiestas de la Vendimia, declaradas de Interés Turístico Internacional, que se celebran con carácter anual en el mes de septiembre.

El programa de actividades culturales y de ocio enfocado al enoturismo contempla la tradicional Pisa de la Uva, muestras de vinos, catas magistrales, actuaciones musicales, exposiciones...

132

Para completar la programación enoturística, Jerez celebra junto al resto del territorio del Marco de Jerez, la International Sherry Week y el Día Europeo del Enoturismo, que ofrece a ciudadanos y visitantes un amplio programa de actividades que tienen como objetivo acercar al disfrute de la cultura vitivinícola.



Vinoble – Fuente: Ayuntamiento de Jerez

Destaca también la celebración del Salón Internacional de los Vinos Nobles, Generosos y Licorosos y Dulces especiales, Vinoble que tiene lugar en Jerez con carácter bienal y que en 2020 celebra su undécima edición entre los días del 24 y 26 de mayo.



Vinoble – Fuente: Ayuntamiento de Jerez



Este evento, de proyección internacional, acoge múltiples actividades relacionadas con la cultura vitivinícola.

En el año 2014, Jerez fue denominada por la Red Europea del Vino - Recevin, Ciudad Europea del Vino, nombramiento que proyectó la ciudad y su cultura vitivinícola a nivel internacional.

133

El carácter genuino de esta cultura vitivinícola es resultado de una localización geográfica estratégica, unas excepcionales condiciones naturales y climatológicas, así como del paso de múltiples civilizaciones y las distintas circunstancias históricas. Estos factores han moldeado la identidad de estos vinos, del mismo modo que el vino en sí, su producción, su comercio, su conocimiento y disfrute han supuesto un factor determinante en la historia del territorio y la identidad cultural de sus habitantes.

EL CABALLO

Desde la más remota antigüedad, el caballo ha sido, junto al vino, al brandy y el flamenco, uno de los elementos más representativos y emblemáticos de Jerez, alcanzando su punto álgido en el siglo XV, cuando los monjes del Monasterio de la Cartuja culminaron un largo proceso de selección equina, dando lugar a los famosos caballos cartujanos.



Jerez pertenece a la Red de Ciudades Europeas del Caballo, EUROEQUUS, asociación sin ánimo de lucro fundada en 2005 y con sede en Jerez.

La red está formada por cinco ciudades europeas - Waregem (Bélgica), Pardubice (República Checa), Jerez de la Frontera (España), Golega (Portugal) y Wroclaw (Polonia).

134

La Red EUROEQUUS juega un papel destacado en el intercambio de experiencias y conocimientos, así como en la difusión y promoción del sector ecuestre.

Esta colaboración entre las ciudades europeas del caballo ha dado lugar a proyectos comunes como es el caso del nombramiento de Jerez como Ciudad Europea del Caballo 2018 y la celebración del Día Europeo del Caballo en el mes de septiembre, que ofrece una serie de eventos, competiciones, así como actividades culturales, basados en la promoción de los territorios ecuestres.



En Jerez se ubica la Real Escuela Andaluza del Arte Ecuestre, un referente del mundo ecuestre y uno de los atractivos turísticos más importantes y conocidos de Jerez por su espectáculo ecuestre “Cómo Bailan los Caballos Andaluces”, ballet ecuestre con reprises de doma clásica, vaquera y otros trabajos de la equitación tradicional.



Real Escuela Andaluza del Arte Ecuestre
Fuente: Fundación Real Escuela Andaluza del Arte Ecuestre

Es muy importante su labor formativa a jinetes y caballos, siendo la institución de mayor prestigio en su ámbito de actuación a nivel nacional, así como a nivel europeo, compartiendo liderazgo con la Escuela de Equitación de Viena y el Cuadro Negro de Saumur.



Imagen y fuente: Yeguada de la Cartuja.
Hierro del Bocado

La ciudad de Jerez destaca por su labor en la conservación, participación y posicionamiento del caballo español y cartujano en las diferentes disciplinas hípicas, incluso a nivel olímpico, habiendo cosechado importantes éxitos.

Además, Jerez cuenta con una oferta museística en torno al caballo, como el Museo del Arte Ecuestre, que invita a vivir los orígenes y la evolución del arte ecuestre en Andalucía y en el mundo, así como el Museo del Enganche, que acoge una rica colección museística de carruajes de diferentes épocas y modelos, guadarnés, colección de trajes, picadero y cuadras.

La Yeguada de la Cartuja - Hierro del Bocado recibe la denominación del caballo cartujano que tiene sus antecedentes en los equinos que proceden de la yeguada que definió la raza y que fue creada en Jerez por los monjes cartujos a finales del siglo XV. Actualmente constituye el núcleo más importante en el mundo de caballos cartujanos, gracias a su labor de conservación y mejora de la raza cartujana, convirtiéndose en uno de los atractivos turísticos más importantes del ámbito ecuestre.



Imagen y fuente: Yeguada de la Cartuja. Hierro del Bocado

136

La ciudad cuenta, además, con un abanico de escuelas y centros de equitación que conforman una importante oferta dirigida a la enseñanza de la hípica, así como un atractivo turístico que hace posible disfrutar la equitación activa a través de paseos a caballo por la campiña de Jerez y la práctica de la hípica como disciplina deportiva.

Jerez cuenta con un enorme potencial en la puesta en valor de fincas, dehesas y cortijos. En la actualidad son muchos los que ya ofrecen al visitante espacios para reuniones, eventos, paseos a caballo, alojamiento, servicio de restauración y otras actividades que conforman una oferta basada en la autenticidad del territorio.

La actividad ecuestre de Jerez tiene pendiente conformarse como una oferta integrada por todos los recursos de carácter ecuestre que se desarrollan en el territorio, y que hacen posible disfrutar de espectáculos en torno al caballo y al toro, visitas a museos interactivos, presenciar competiciones hípcas, tomar clases de equitación o realizar paseos a caballo, pernoctar en ambientes naturales, haciendo posible experiencias únicas, y una oferta desestacionalizadora por excelencia.

Jerez destaca, además, por los grandes eventos ecuestres como es la Feria del Caballo, declarada de Interés Turístico Internacional y que ofrece un amplio programa de actividades hípcas como pueden ser: Concursos de Acoso y Derribo, Doma Clásica, Doma Vaquera, Concurso Internacional de Salto, Concurso Internacional de Enganches, Concurso-Exposición de Ganado Selecto Caballar, el Premio Caballo de Oro y el Paseo de Caballos en el Real de la Feria, entre otros.

137

Los atractivos ecuestres de la ciudad, independientemente de las visitas a museos y colecciones ecuestres, registran un total de 155.000 visitas en 2019 y es una de las motivaciones destacadas a la hora de elegir Jerez como destino de viajes.

EL MOTOR



Circuito de Jerez – Fuente: Ayuntamiento de Jerez

Jerez ocupa un lugar preferente en el mundo del motor, tras haber sido declarada Capital Mundial del Motociclismo 2015-2017 por la Federación Internacional de Motociclismo.

El Circuito de Jerez es una de las instalaciones deportivas con más tradición y proyección en el ámbito de la competición, siendo destino preferente para grandes pruebas y para la mayoría de aficionados nacionales e internacionales en el mundo del motor.

138

La importancia del Circuito de Jerez como recurso turístico queda constatada en el número de visitas que recibe, siendo una de las instalaciones más visitadas con 338.200 visitas durante el año 2019.

Desde sus inicios, el Circuito de Jerez viene desarrollando una intensa actividad. El clima de la ciudad permite utilizar el trazado todo el año, por lo que se convierte en un recurso idóneo para organizar entrenamientos, pruebas y campeonatos diversos, presentaciones, test, incentivos y otras actividades.

OFERTA DE INTERÉS TURÍSTICO

PATRIMONIO HISTÓRICO ARTÍSTICO

Jerez cuenta con un centro declarado Conjunto Histórico Artístico, además de numerosos monumentos declarados Bienes de Interés Cultural. Es una ciudad de perfiles singulares, unión de un rico patrimonio histórico y artístico y su patrimonio antropológico.

El casco antiguo de Jerez posee la singularidad de ser un Conjunto Histórico Artístico en el que todavía predomina el uso industrial. En este sentido las bodegas de Jerez son, sin duda, el elemento más singular de nuestro patrimonio arquitectónico. Las bodegas o “catedrales del vino” influyen en la fisionomía de la ciudad y conforman y caracterizan su trazado urbanístico.

139

Todo esto configura una riqueza cultural y arquitectónica muy singular, lo que permite a nuestra ciudad ofrecer perfiles extraordinariamente originales con un fuerte valor cultural y turístico.

Entre los edificios civiles destacan las casas palacios, que gozan de una gran influencia de la cultura del vino.

La industria vinatera dio lugar en el siglo XVIII a la construcción de numerosas casas palacios, en su origen pertenecientes a las familias bodegueras. Son edificios de un extraordinario valor histórico, cultural y con enorme potencial turístico.



Imagen y fuente: Bodegas Tradición

Otros monumentos civiles destacados son: El Cabildo (siglo XVI), el Palacio de Campo Real (siglo XVI), el Palacio Virrey Laserna (siglo XVIII), la Casa de Pérez Luna (siglo XVIII), la Casa de Bertemati (siglo XVIII), el Palacio Domecq (siglo XVIII), la Casa de Villapanés (siglo XVIII), la Casa Pemartín (siglo XVIII), la Casa Palacio de Ponce de León (siglo XVIII) o el Palacio Villavicencio (siglo XVIII), la plaza de toros de estilo moderno datada en el año 1894, entre otros.

140

Destaca el Conjunto Monumental del Alcázar de Jerez, uno de los atractivos culturales y turísticos más importantes de la ciudad, datado en el siglo XII, y que ha conservado hasta nuestros días gran parte de la construcción primitiva, la mezquita, el molino de aceite, los baños árabes y las torres, Octogonal, del Homenaje y Ponce de León, el Patio de Armas, las dos puertas de entrada al recinto y parte de la muralla que lo circundaba.



Alcázar de Jerez
Fuente: Ayuntamiento de Jerez

Sobre las ruinas del primitivo palacio islámico se construyó en el siglo XVIII el Palacio de Villavicencio, donde se sitúa la Cámara Oscura y desde donde se ofrece la posibilidad de contemplar, por medio de un principio óptico, imágenes a vista de pájaro reales y en movimiento de la ciudad y su campiña.



Claustros de Jerez. Fuente: Ayuntamiento de Jerez

141

Los Claustros de Santo Domingo constituyen un conjunto monumental de gran valor arquitectónico y patrimonial construido en el siglo XIII sobre una edificación defensiva musulmana. Es el edificio eclesiástico más antiguo de Jerez. Sus claustros cuentan con una superficie de 2.500 metros cuadrados y fueron levantados en los siglos XV, XVI y XVII. Destacan también sus ventanales, que forman verdaderos encajes de piedra, y sus arcadas, que se abren entre gruesos pilares y están decoradas por fina tracería gótica.

Hay que hacer constar que muchos de estos espacios cuentan hoy en día con múltiples usos alternativos, y hacen posible una oferta muy diversa que posee también un extraordinario interés.

Jerez cuenta con un gran número de monumentos eclesiásticos, la mayoría de las iglesias fueron construidas en los siglos XV, XVI y XVII.

Entre los Monumentos Eclesiásticos, destacan:

Iglesia de Santo Domingo: construida en el siglo XIII sobre una construcción defensiva musulmana, es el edificio eclesiástico más antiguo de Jerez., presentando los estilos mudéjar, gótico, renacentista y barroco.

La Catedral de San Salvador: del siglo XVIII, de estilo gótico, barroco y neoclásico.

Iglesia de San Dionisio: dedicada al patrón de la ciudad, construida sobre una antigua mezquita en el siglo XV y de estilo mudéjar.

Iglesia de San Miguel: templo de gran belleza arquitectónica y centro del barrio típico jerezano del mismo nombre. Data del siglo XV y mezcla los estilos gótico, isabelino y barroco.

142

Iglesia de Santiago el Real: tiene los mismos orígenes que la iglesia de San Miguel y una historia paralela. Se comenzó a finales del siglo XV y se construye a lo largo del siglo XVI. De estilo gótico final y declarada Monumento Histórico Artístico Nacional.

Cartuja de Santa María de la Defensa: data del siglo XV y está declarada Monumento Histórico Artístico Nacional, cuenta con el prestigio de estar considerado el de mayor interés arquitectónico de la provincia.

Basílica de Ntra. Sra. De La Merced: dedicada a la Patrona de Jerez, cuya imagen se encontró en 1268 en un horno de cocer materiales para la construcción. Su fachada data del siglo XVII y el interior se construyó casi en su totalidad en el año 1597.

Iglesia de San Marcos, del siglo XV, de estilo gótico florido con elementos mudéjares, la Iglesia de San Lucas, construida sobre una mezquita en el siglo XV, estilo mudéjar e interior barroco, la Iglesia de San Mateo, cuya construcción se estima de principios del siglo XV, de estilo gótico terciario, la Iglesia de San Juan de los Caballeros, construida en el siglo XVII, mezcla el estilo mudéjar, gótico y renacentista, la Basílica de Ntra. Sra. Del Carmen, de la segunda mitad del siglo XVII, destacan entre otros sus elementos barrocos y el Convento del Espíritu Santo, una de las construcciones de mayor historia en la ciudad, del siglo XIV.

Otros espacios culturales:

Jerez cuenta con grandes infraestructuras y recursos culturales como pueden ser: el Teatro Villamarta que aborda de manera continuada y sistemática la programación de manifestaciones de calidad en todas las artes escénicas y musicales: teatro, música clásica y actual, flamenco, danza, ópera y zarzuela.



Teatro Villamarta
Fuente: Ayuntamiento de Jerez

143

Las temporadas y ciclos en los que adquiere singular relevancia la producción propia, y a lo que se suma un evento de proyección internacional, como es el Festival de Jerez.

Esta oferta se complementa con numerosas Salas de Exposiciones como: Cabildo Viejo, Palacio de Deportes, Callejón de los Bolos, Salas del Museo Arqueológico Municipal, Palacio de Villavicencio, Sala Pescadería Vieja, Sala Compañía, Sala Paúl y Zoco de Artesanos, entre otros espacios.

OFERTA MUSEÍSTICA

Jerez ofrece una amplia oferta de museos y colecciones que permiten conocer la historia y el rico patrimonio que atesora la ciudad. Entre los museos y colecciones de arte destacan:



Museo Arqueológico de Jerez
Fuente: Ayuntamiento de Jerez

El Museo Arqueológico: tiene su sede en el barrio de San Mateo, corazón de la antigua Medina hispano-musulmana y uno de los lugares con más sabor histórico de Jerez. Contiene numerosos ejemplos de gran valor arqueológico, correspondientes al período neolítico, bronce, ibérico, romano y medieval.

144

El Palacio del Tiempo – Museos de la Atalaya: ofrece una visita singular a una colección única en el mundo formada por más de 300 piezas de los siglos XVII, XVIII y XIX.



Palacio del Tiempo – Museo de Relojes
Fuente: Fundación Andrés de Ribera

La colección de Etiquetas Antiguas de Vino situada en el conjunto bodeguero de las Bodegas Garvey y que datan del siglo XIX.



Bodegas Real Tesoro & Valdespino
Fuente: Grupo Estévez

La Colección Joaquín Rivero de Pintura Española de los S.XV al S.XIX de Bodegas Tradición: formada por una selección de obras pertenecientes a la Colección Joaquín Rivero, es una de las más importantes de pintura española que se exponen en Andalucía.

La Suite Vollard de Picasso localizada en Bodegas Real Tesoro & Valdespino conforma una importante colección de grabados del artista.

El Museo Taurino alberga una destacada colección privada compuesta por carteles taurinos, esculturas, pinturas y elementos históricos.

145

Otros espacios museísticos de interés en la ciudad son la Exposición permanente de la Catedral, los Museos del Enganche y Arte Ecuestre, ambos pertenecientes a la Fundación Real Escuela Andaluza del Arte Ecuestre, así como el Museo del Belén.

OFERTA ACTIVA Y NATURALEZA



Montes de Propios de Jerez. P.N. Los Alcornocales
Fuente: Ayuntamiento de Jerez

Jerez disfruta de unas condiciones climatológicas muy favorables, invitando y haciendo posible el disfrute de actividades al aire libre y en contacto con la naturaleza.

De esta forma la ciudad se ofrece como un lugar ideal para la práctica del senderismo, rutas en bicicleta y todoterreno por las viñas, la campiña o el Parque Natural de los Alcornocales, vuelos en avioneta, visitas a las dehesas y cortijos, ganaderías de reses bravas, parques, la práctica de golf, entre otras propuestas.

146

Jerez cuenta con numerosos enclaves naturales donde poder disfrutar de la naturaleza y del turismo activo. La naturaleza está muy presente debido a su extenso término municipal, el segundo más grande de España, que incluye los Montes de Propios en el Parque Natural de los Alcornocales, en los que habitan especies animales singulares, algunas en peligro de extinción. Este espacio natural se puede visitar practicando senderismo o disfrutando de rutas en todoterreno, además permite pernoctar en el alojamiento rural Cortijo de Rojítán.

Jerez cuenta con numerosas lagunas como la Laguna de Medina, las lagunas de Las Canteras y El Tejón, que son reservas naturales, así como la Laguna de Torrox y la de los Tollos. También cuenta con numerosos parques y zonas arboladas como el parque de Las Aguilillas o La Suara.

Jerez nos presenta un paisaje de colinas entre las vegas del río Guadalquivir y Guadalete, cercana a la Bahía de Cádiz y su costa, formada por las extensas playas de El Puerto de Santa María, Chipiona, Rota, Chiclana, El Palmar, Los Caños de Meca, Zahara de los Atunes o Tarifa.

Desde la ciudad se divisa la Sierra de Cádiz y el Parque Natural Sierra de Grazalema donde se sitúa el punto más alto de la provincia con una altura de 1.654 metros.

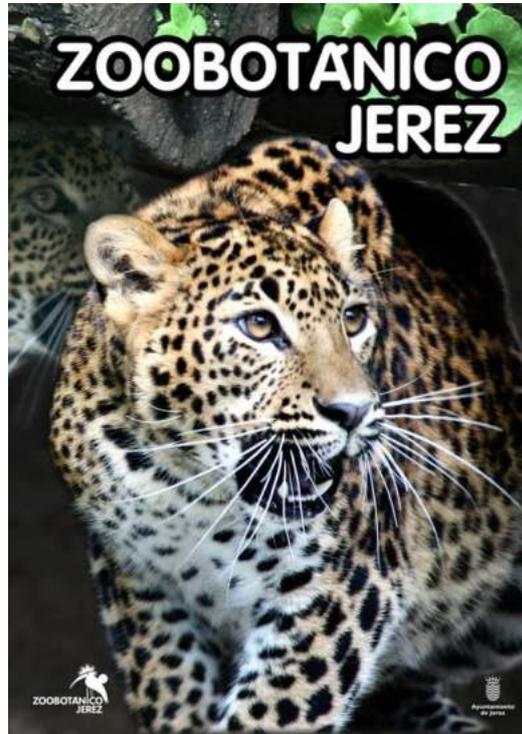
147

El río Guadalete discurre junto a la ciudad y expone su historia y riqueza en el Centro Turístico de Interpretación Ceret. El Ayuntamiento de Jerez está desarrollando un proyecto de recuperación de este espacio para su puesta en valor como recurso turístico.

Otro de los privilegios de Jerez es su cercanía a Sanlúcar de Barrameda donde desemboca el río Guadalquivir que le abre paso al Parque Nacional de Doñana, espacio considerado como una de las zonas naturales protegidas más importantes de Europa, y que hace posible una experiencia única navegando por el río Guadalquivir.

Jerez cuenta con un extenso abanico de recursos naturales y un enclave privilegiado para disfrutar de la naturaleza en su entorno.

El Zoobotánico 'Alberto Durán' es otro de los equipamientos naturales privilegiados de la ciudad. Con un jardín botánico que abarca más de 150 especies y una colección zoológica que cuenta con más de mil animales pertenecientes a 200 especies diferentes de los cinco continentes. Es un recurso natural ubicado cerca del centro de la ciudad, una institución que ha cumplido 64 años de historia. Sus principales fines son la conservación, a través de la educación, la reproducción de especies en peligro de extinción y la investigación. Destaca entre otros proyectos su labor en la recuperación del lince ibérico y el Ibis Eremita, además de posicionarse como un gran atractivo turístico para el visitante.



Zoobotánico de Jerez – Ayuntamiento de Jerez



Imagen y fuente: Rancho Cortesano. Museo de la Miel y las Abejas

El Museo de la Miel y las Abejas, Rancho Cortesano acerca al visitante a la apicultura y el fascinante mundo de las abejas y su producción. Constituye un referente en relación con el estudio, observación, conservación y producción de las abejas. Promueve acciones formativas y actividades de muy diversa naturaleza en el medio, destacando la visita a colmenas.



El espectáculo ecuestre de la Yeguada de la Cartuja Hierro del Bocado nos muestra al caballo cartujano en su hábitat natural y el sinfín de actividades que el caballo genera.

Imagen y fuente: A Campo Abierto

El espectáculo A Campo Abierto nos muestra al toro bravo en el campo. Toro y caballo unidos en las labores diarias de las ganaderías de reses bravas.

A Campo Abierto ofrece espectáculos en plena naturaleza y nos acerca a las tareas del campo y la convivencia entre el mundo del toro y del caballo.

149



Cortijo de Martelilla – Fuente: Ayuntamiento de Jerez

OFERTA DEPORTIVA

Jerez dispone de modernas instalaciones, como el Circuito de Jerez, destacados campos de golf, pistas de pádel, equitación, clubes de fitness, piscinas, spas, así como el Complejo Deportivo de Chapín.



El Circuito de Jerez y el Museo del Motor se consolidan como atractivos turísticos capaces de recibir un gran número de visitantes durante todo el año, realizando una importante labor de desestacionalización de la demanda.

Circuito de Jerez – Fuente: Ayuntamiento de Jerez

El Complejo deportivo Chapín está construido sobre una superficie de 300.000 metros cuadrados, de entre los cuales 70.000 metros cuadrados son de césped. Este espacio está formado por: Estadio Olímpico de Fútbol, Palacio de Deportes, campos de fútbol, pistas de atletismo y las instalaciones del centro de equitación y alto rendimiento.

En el segmento de golf, Jerez cuenta con las instalaciones de Sherry Golf Jerez, campo de carácter municipal, diseñado por la prestigiosa firma Stirling y Martín y con una superficie de 649.467 metros cuadrados que se distribuye en dos campos: uno con 18 hoyos de 6,5 kilómetros y par 72; y otro de 977 metros para pitch and put de 9 hoyos y 3 pares. La escuela de golf alberga un campo de prácticas con 36 puestos simultáneos, 35 posibles cambios de posiciones, 2 putting green y un chipping green.

Así mismo, cuenta con el Barceló Montecastillo Golf Resort, con una extensión de 160 hectáreas que conforman un paisaje típico andaluz con 18 hoyos. Fue diseñado por el prestigioso golfista Jack Nicklaus, quién lo describe como uno de sus mejores diseños.



Imagen y fuente: Barceló Montecastillo Golf & Sport Resort

151

Su recorrido, aunque largo, es ideal tanto para los principiantes como para los jugadores más experimentados. Ha sido sede en repetidas ediciones de una competición de primer nivel como es la Volvo Masters.

Una de las grandes apuestas de estos campos es el sociabilizar la práctica de este deporte en la ciudad.

Otro recurso deportivo de gran valor son los campos de fútbol de Barceló Montecastillo Golf Resort, dos campos de fútbol de medidas reglamentarias internacionales, más uno de entrenamiento, además de todas las instalaciones y servicios complementarios, habiendo acogido equipos de primera división como el Manchester Utd., el Borussia Dortmund, la Selección Española de Fútbol, etc.

OFERTA GASTRONÓMICA

El turismo gastronómico ha experimentado un crecimiento a considerar en los últimos años y a nivel mundial.

Existe conciencia de la necesidad de impulsar la gastronomía como parte diferenciadora de la oferta turística, desarrollando iniciativas gastronómicas, ligadas a la riqueza natural y cultural de la región, con el fin de satisfacer una demanda creciente.

La ciudad de Jerez va de la mano de la cultura vitivinícola y reúne las bondades de la gastronomía gaditana y andaluza. Cuenta, además, con una amplia oferta de establecimientos de restauración que nos ofrecen una gastronomía exquisita, basada en los platos típicos y con un toque innovador.

152

Jerez cuenta con un enorme potencial de desarrollo, una oportunidad para trabajar de forma coordinada con el tejido empresarial, a fin de desarrollar una oferta gastronómica integrada en la que todos los agentes que interactúan en el universo gastronómico se den cita; bodegas, enotecas, mercados, restaurantes, bares, tabancos,...etc. aunando voluntades, ideas, iniciativas y esfuerzos para conseguir la puesta en valor de las singularidades que diferencian la gastronomía de la ciudad, tangibilizar la marca gastronómica Jerez y posicionarla.

OFERTA SALUD & BIENESTAR



Imagen y fuente: Hammam Andalusi
Baños Árabes Jerez

Para los visitantes que buscan el bienestar, la salud y la belleza, Jerez ofrece una oferta excelente y amplia. Jerez se ha convertido en una ciudad ideal para conocer las últimas innovaciones en técnicas y tratamientos estéticos y de relajación.

Jerez presenta una amplia oferta de infraestructuras, muy desarrollada en los últimos años y que potencia esta alternativa al turismo convencional. En los centros ubicados en nuestra ciudad se desarrollan todo tipo de técnicas y servicios, que van desde tratamientos con uva, algas, lodos marinos, la hidroterapia, los baños con sales, la aromaterapia, parafangos, drenaje linfático, presoterapia, reflexoterapia o la quiropráctica.



Imagen y fuente: Hammam Andalusi
Baños Árabes Jerez

Establecimientos como: Activa Club, Barceló Montecastillo Golf Resort, Hammam Andalusi Baños Árabes, Hotel Jerez & Spa, Soho Boutique Jerez & Spa, Hipotels Sherry Park, Frauenfeld, Kokoa, entre otros.

OFERTA TURISMO IDIOMÁTICO

El turismo idiomático es uno de los segmentos más importantes por su actuación directa en la desestacionalización de la demanda, alto índice de repetición y acción de fidelización, y además por su interacción con otros segmentos turísticos complementarios.



Imagen y fuente: Tenidiomas

El turismo idiomático representa un segmento específico de la demanda, motivada por una necesidad y o placer en la búsqueda de conocimiento y cultura, constituyendo una tipología de la demanda dentro del segmento de turismo cultural.

154

Más de 21 millones de alumnos estudian español como lengua extranjera en todo el mundo. El interés por aprender español alcanza cada vez más relevancia y cabe destacar que en los dos principales países de habla inglesa: Estados Unidos y Reino Unido y también en otros países que adoptan el español como lengua extranjera más importante de cara al futuro.

Jerez cuenta con una oferta de servicios para el aprendizaje de idiomas completa y de calidad, si bien no está lo suficientemente coordinada, aun gozando de un enorme potencial.

Esta oferta se ve reforzada por la posibilidad de experimentar otras vivencias singulares y ampliar conocimientos de la cultura del territorio, en toda su diversidad.

OFERTA SEGMENTO MICE

La actividad del segmento de reuniones merece especial atención en el destino Jerez. Jerez y la provincia de Cádiz cuenta con una dilatada experiencia y éxitos en este ámbito de la actividad turística.

Jerez cuenta con una atractiva oferta de espacios polivalentes, capaces de acoger eventos de muy diferente naturaleza. Las capacidades y características de estos espacios son muy diversas, podemos organizar un evento en una dehesa, en un museo, en un palacio de ferias, centros de convenciones, cascos de bodegas, etc., y todo ello se hace posible gracias a una oferta hotelera de primer orden y la existencia de unos servicios complementarios y auxiliares en destino.

155

El segmento MICE ejerce un efecto desestacionalizador en la oferta y demanda turística, además de ser una ocasión para conocer el destino y una oportunidad de fidelización de los visitantes.

Jerez es el destino ideal para celebrar todo tipo de eventos, gracias a su clima, excepcional ubicación geográfica, a escasos minutos de las playas atlánticas y la sierra y a las excelentes infraestructuras en materia de transporte y comunicación. Cuenta con un aeropuerto internacional, estación de ferrocarril, autovías, así como aproximadamente 3.890 plazas hoteleras de calidad según registro 2019, y atractivos turísticos de proyección internacional.

Jerez dispone de un innumerable número de espacios singulares y con encanto, distribuidos en monumentos, palacios, hoteles, bodegas, fincas..., lugares únicos para albergar, y donde desarrollar con garantías de éxito, actividades de reuniones.



Imagen y fuente: Hotel Jerez & Spa



Imagen y fuente: Bodegas Tío Pepe

El movimiento que genera este tipo de actividades y su potencial turístico en nuestra ciudad queda constatado por la existencia de numerosas empresas organizadoras profesionales de congresos, además de un tejido empresarial especializado en el desarrollo de actividades y servicios auxiliares a este segmento, como son los caterings, traductores, los servicios de guías, azafatas, sonido, espectáculos, etc.

156

OFERTA JEREZ DE CINE

Jerez ha abierto nuevas posibilidades para su promoción internacional en el mundo del cine ya que reúne todas las características para consolidarse como un gran plató. El cine es un gran escaparate que induce a los espectadores a querer recorrer aquellos lugares por los que han paseado los protagonistas y a conocer la historia que han visto en la pantalla. Las películas actúan como spots, teniendo un impacto muy significativo sobre cómo elegimos nuestro destino vacacional, el vino que bebemos o la gastronomía que disfrutamos.

Las localizaciones se están convirtiendo en las nuevas estrellas de los productos turísticos. La publicidad que una película ofrece a una ciudad, provincia o país que le sirvió de escenario, equivale a un anuncio visto por 72 millones de espectadores, la media de audiencia mundial de una película. Y todo ello, porque el espectador establece un vínculo emocional con el territorio y los personajes que protagonizan las historias.

Merece especial atención el impacto que tienen los rodajes en la imagen y la reputación de un destino. Las imágenes rodadas muestran sus singularidades, los hacen conocidos en cualquier lugar del mundo. Los contenidos y las localizaciones donde han sido realizados continúan vivos y se habla de ellos a través de las redes sociales, prensa, revistas, que contribuyen a posicionar destinos en la oferta turística global. Se trata de una herramienta de promoción turística muy potente con la que cuentan los territorios para colaborar en su diferenciación y visibilidad. El turismo cinematográfico mueve a 70 millones de visitantes al año en todo el mundo y el 30% de los viajeros afirma haber elegido un destino por la influencia del cine y la televisión.

157

Jerez ha acogido en 2019 el rodaje de secuencias de la tercera temporada de The Crown y se convirtió en el escenario de la película “El Verano que vivimos” con una inversión de aproximadamente 1.000.000 € en copias y publicidad. También acogía el rodaje de “La Templanza”, historia que transcurre en el Jerez de 1850 y, sin salir de nuestra ciudad, se han rodado secuencias que transcurrían en Cuba, México y Londres. “La Templanza” va a contar con 100 millones de suscriptores en Amazon Prime Video y una estimación de espectadores de más de 40 millones.

CICLO FESTIVO DE JEREZ

Jerez invita a disfrutar de una riquísima oferta cultural y de ocio a través de un destacado calendario de fiestas y eventos que permite disfrutar de los elementos más singulares y representativos de la ciudad durante todo el año.

Jerez expresa su cultura y elementos diferenciadores a través de sus fiestas, en ellas se puede palpar los rasgos de una cultura milenaria arraigada en sus gentes y costumbres.

Muchas de estas fiestas constituyen un referente mundial en nuestra oferta turística, es el caso de la Semana Santa y la Feria del Caballo, Además de estos dos importantes eventos declarados de Interés Turístico Nacional e Internacional, respectivamente, la ciudad ofrece un amplio ciclo festivo diversificado y diferenciado. La puesta en valor turístico de la totalidad de este ciclo festivo actúa como elemento desestacionalizador de la oferta, ya que comprende actuaciones de diverso carácter a lo largo de todo el año, pudiendo satisfacer segmentos de la demanda ya existente y potencial a nivel cultural y de ocio.

159

FESTIVAL DE JEREZ

Jerez celebra en 2020 su 24ª edición del Festival, un evento con carácter anual, que proyecta el flamenco y la ciudad a nivel internacional. Ofrece una amplia y cualificada muestra de la manifestación artística más genuina de la ciudad, el flamenco. El Festival está considerado por las críticas como una referencia única entre los eventos de estas características que tienen lugar en todo el mundo.

El Festival de Jerez acoge también manifestaciones formativas, de apoyo a la creación y de encuentro con otras artes, y sus actividades se distribuyen por espacios públicos y edificios singulares.



Festival de Jerez – Fuente: Ayuntamiento de Jerez



Festival de Jerez – Fuente: Ayuntamiento de Jerez

SEMANA SANTA

La Semana Santa de Jerez está Declarada de Interés Turístico Nacional.

160



Semana Santa de Jerez
Fuente: Ayuntamiento de Jerez

En los meses de marzo o abril se celebra esta fiesta nacional, que en Jerez representa la culminación del sentir religioso popular, de arraigada tradición y belleza.

Medio centenar de hermandades hacen estación penitencial a lo largo del casco antiguo y compiten en la belleza de sus imágenes de pasión.

Esta tradición religiosa, así como el hecho de que el periodo en el que se celebra es vacacional en gran parte del mundo, hace que se genere una importante afluencia de visitantes a la ciudad, contando con unos muy altos índices de ocupación hotelera y de otros tipos de alojamiento.

GRAN PREMIO DE ESPAÑA DE MOTOCICLISMO

El Circuito de Jerez acoge anualmente desde el año 1987, en los meses de marzo a mayo, el Gran Premio de España de Motociclismo, habiéndose celebrado hasta la fecha 32 Grandes Premios de España de Motociclismo

Este evento, que tiene carácter anual, atrae y fideliza a un numeroso público de todos los mercados nacionales e internacionales, a la vez que posiciona la marca Jerez.



Circuito de Jerez
Fuente: Ayuntamiento de Jerez

161

FERIA DEL CABALLO

La Feria de Jerez se celebra con carácter anual en el mes de mayo y está Declarada de Interés Turístico Internacional.

Jerez tiene el privilegio de contar con una de las citas festivas más importantes del país. El origen de la Feria del Caballo lo localizamos en el reinado de Alfonso X “El Sabio” que concedió a la ciudad el privilegio de celebrar dos ferias al año. En ellas se daban cita ganaderos y tratantes para la compra y venta de caballos.

Un impresionante paseo de jinetes y enganches que se sucede todos los días de Feria en el propio recinto del Parque González Hontoria, donde se instalan más de dos centenares de casetas de gran belleza y colorido.

Con motivo de la Feria del Caballo tienen lugar toda una amplia variedad de actividades y pruebas hípcas, culminando con la entrega del reconocido premio 'Caballo de Oro', galardón instituido en el año 1967. Está considerado como una de las distinciones ecuestres más importantes y prestigiosas que se otorgan en el mundo de la hípica.



Feria del Caballo – Fuente: Ayuntamiento de Jerez

162

VINOBLE

El Salón Internacional de los Vinos Nobles está dedicado a los vinos generosos, licorosos y dulces especiales, tiene carácter bienal y celebra su undécima edición en 2020.

En los años que no se celebra Vinoble y en el mismo mes de junio, tiene lugar en nuestra ciudad otra cita relevante para el sector del vino como es “Copa Jerez”, que se celebra en Los Claustros de Santo Domingo y en el Conjunto Monumental Alcázar de Jerez.

Vinoble nace con la necesidad de agrupar a los grandes vinos de meditación que se producen en todos los países del mundo. Estos excelentes y especiales vinos, hechos con mimo y cuidado, de producción limitada y compleja, tienen en Vinoble el referente donde aparecer unidos formando la élite de los mejores vinos del mundo.



Tipologías de Vinos de Jerez. Fuente: Consejo Regulador

163

El Palacio de Villavicencio, en el Conjunto Monumental Alcázar de Jerez, es el escenario que acoge este Salón y le otorga la trascendencia e importancia que a lo largo de sus ediciones ha ido adquiriendo.

Consolidado como el referente mundial en su especialidad, Vinoble es cita obligada para bodegueros, distribuidores y periodistas.

NOCHES DE BOHEMIA

Durante los meses de julio y agosto se celebra el ciclo festivo de conciertos agrupados bajo la denominación 'Noches de Bohemia', que tienen lugar en el Conjunto Monumental Alcázar de Jerez.



Un ciclo que se consolida como una importante apuesta musical para las noches estivales y un punto de referencia cultural atractivo para el público.

La conjunción de factores como calidad artística, diversidad de géneros musicales, así como su realización en un marco veraniego y nocturno dentro del Alcázar de Jerez asegura un rotundo éxito, convirtiendo el ciclo en un punto de encuentro cultural en las noches estivales.

164

VIERNES FLAMENCOS



Flamenco – Fuente: Ayuntamiento de Jerez

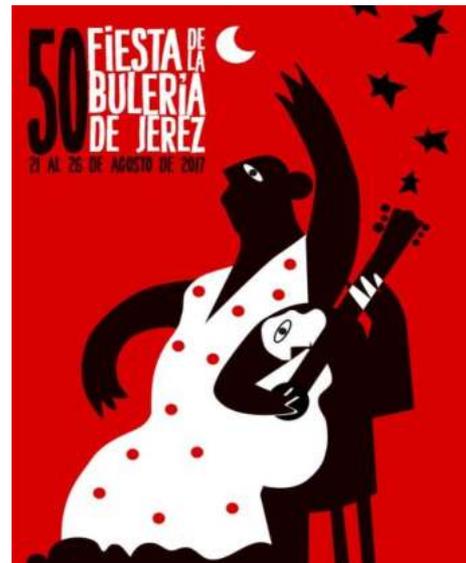
En los meses de julio y agosto se celebra, con carácter anual, el ciclo Viernes Flamencos. Un amplio abanico de artistas pasa por el escenario ofreciendo la posibilidad de apreciar el sentir profundo del canto, baile y toque de Jerez.

Este evento hace posible que el flamenco se popularice y se presente en su estilo más puro a todos los públicos.

FIESTA DE LA BULERÍA

En el mes de agosto y con carácter anual, se celebra la Fiesta de la Bulería, en honor al más genuino de los cantes de Jerez, “la bulería”. Uno de los certámenes más importantes en el mundo del Flamenco.

En 2017, la Fiesta celebró su 50 aniversario. En esta edición se conmemoraron los 25 años del fallecimiento de Camarón de La Isla con el espectáculo “Jerez, Cádiz y los Puertos” en el que se rindió tributo. La Fiesta de la Bulería adopta el formato de festival con tres grandes espectáculos y una programación de actividades formativas y exposiciones en torno al compás flamenco más jerezano, que se desarrollarán durante una semana.



Cartel 50 Fiesta de la Bulería de Jerez
Fuente: Ayuntamiento de Jerez

FIESTAS DE LA VENDIMIA

Las Fiestas de la Vendimia de Jerez están declaradas de Interés Turístico Internacional.

En septiembre, la ciudad se asoma a un otoño anunciado por rumores de vendimia. Uno de los eventos más esperados es la “Pisa de la Uva”, acontecimiento de gran belleza que simboliza el nacimiento del vino.



Fiestas de la Vendimia de Jerez
Fuente: Consejo Regulador Vinos de Jerez

El programa de esta fiesta contempla numerosas y muy diversas actividades relacionadas con la viticultura: De Copa en Copa, las Catas Magistrales, Cátedra del Vino, jornadas de puertas abiertas en bodegas, visitas a la viña, exposiciones, entre otras.

166

DÍA EUROPEO DEL CABALLO

El Día Europeo del Caballo es un evento de carácter anual, promovido por la Red Europea de Ciudades del Caballo, EUROEQUUS. Esta cita celebra su sexta edición en septiembre de 2020.



Su programación incluye muy diversas actividades ecuestres, como la organización de exposiciones, competiciones hípcas y otros eventos.

El Día Europeo del Caballo y la Ciudad Europea del Caballo son propuestas que se fundamentan en dar a conocer el Patrimonio Equestre Europeo, en las ciudades que se integran en la Red EUROEQUUS.

DÍA MUNDIAL DEL ENOTURISMO



Día Europeo del Enoturismo en Jerez
Fuente: Ayuntamiento de Jerez

El Día Mundial del Enoturismo, que en 2019 ha celebrado su undécima edición, desarrolla una oferta atractiva con un amplio programa de actividades enoturísticas a nivel local y en la región del Marco de Jerez.

167

Este programa incluye jornadas de puertas abiertas en bodegas, catas comentadas, degustaciones, rutas guiadas por el viñedo, rutas patrimoniales, conferencias, exposiciones, flamenco en los tabancos, entre otras propuestas.

INTERNATIONAL SHERRY WEEK

Un evento en el que se presentan los vinos de Jerez a través de una serie de eventos públicos y privados en bodegas, restaurantes, hoteles, universidades, tabancos y clubes de vino de todo el mundo.



Otras propuestas destacadas son el SHERRY MARATÓN, una prueba internacional de carrera entre viñas de Jerez que celebró su tercera edición en 2019 y constituye la unión perfecta entre la cultura vitivinícola y el deporte.

DÍA DEL FLAMENCO EN ANDALUCÍA

Desde que el flamenco fuese declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco en 2010, el 16 de noviembre se celebra el Día Internacional del Flamenco. El Instituto Andaluz del Flamenco celebra una jornada de actos en las diferentes provincias. En nuestra ciudad, entre otras actividades, tiene lugar la lectura de un Manifiesto en Defensa del Flamenco.

LAS ZAMBOMBAS Y LA NAVIDAD

A lo largo de todo el mes de diciembre y principios de enero Jerez celebra la Navidad, en la que la riqueza cultural alcanza muchas y variadas formas de expresión popular, algunas de las que se constituyen en auténticos emblemas para Jerez, como son las Zambombas. El 16 de diciembre, Jerez celebra el Día de la Zambomba de Jerez, la ciudad exhibe algunas de sus más ricas costumbres y tradiciones. Las zambombas y el belenismo significan en Jerez algo más que una reunión festiva o una expresión artística, convirtiéndose en una forma singular de vivir la Navidad.

A esto se une un completo programa de actividades, diferente e íntimo, que se abre a todos los que deseen participar y que culmina con celebración de la Fiesta de Fin de Año y la Cabalgata de los Reyes Magos.



Navidad de Jerez
Fuente: Ayuntamiento de Jerez

Destaca también la iluminación navideña de la ciudad, el mercadillo propio de estas fechas, donde se puede encontrar todos los elementos necesarios para instalar un belén, conciertos y recitales, así como la oferta gastronómica propia de estas fechas, con especial atención a la repostería clásica y tradicional de Jerez.

OFERTA ALOJAMIENTO Y OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS

La oferta de atractivos turísticos y culturales se ve apoyada por una importante industria turística. El turismo para la ciudad de Jerez y su radio de acción representa un sector estratégico para la economía y cuenta con la fortaleza de disponer de unas magníficas infraestructuras turísticas, como puede ser su planta hotelera, principalmente de 5 y 4 estrellas, alojamientos en antiguos palacios señoriales, hoteles familiares, villas, apartamentos, alojamientos rurales, una oferta compuesta por 64 establecimientos que aportan 1.961 habitaciones y 3.890 plazas hoteleras.

ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS			
Fuente: Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local Junta de Andalucía. Actualizado enero 2020			
HOTELES 5 ESTRELLAS	CATEGORIA	Nº HAB.	Nº PLAZAS
CASA PALACIO MARÍA LUISA	5*	20	42
HOTEL VILLA JEREZ	5*	18	34
HOTEL BARCELÓ MONTECASTILLO GOLF & SPORT RESORT	5*	140	300
TOTAL HOTELES CINCO ESTRELLAS	3	178	376
HOTELES 4 ESTRELLAS	CATEGORIA	Nº HAB.	Nº PLAZAS
HOTEL HIPOTELS SHERRY PARK	4*	173	328
HOTEL JEREZ & SPA	4*	131	252
HOTEL EXE GUADALETE	4*	137	274
HOTEL LA CUEVA PARK	4*	53	120
HOTEL TRYP JEREZ	4*	98	192
HOTEL B&B JEREZ	4*	90	141
HOTEL PALACIO GARVEY	4*	16	31
HOTEL SOHO BOUTIQUE JEREZ	4*	59	114
HOTEL NH AVENIDA JEREZ	4*	95	180
HOTEL ITACA JEREZ	4*	53	104
HOTEL EUROSTARS ASTA REGIA	4*	31	62
TOTAL HOTELES CUATRO ESTRELLAS	11	936	1798

169

HOTELES 3 ESTRELLAS	CATEGORÍA	Nº HAB.	Nº PLAZAS
HOTEL DOÑA BLANCA	3*	30	54
HOTEL SERIT	3*	35	67
HOTEL LA ALBARIZUELA	3*	17	25
HOTEL JEYS JEREZ	3*	54	104
HOTEL YIT CASA GRANDE	3*	15	26
TOTAL HOTELES TRES ESTRELLAS	5	151	276
HOTELES 2 ESTRELLAS	CATEGORIA	Nº HAB.	Nº PLAZAS
HOTEL EL COLOSO	2*	25	47
HOTEL AL ANDALUS JEREZ	2*	30	43
HOTEL NOVA CENTRO	2*	32	52
HOTEL JOMA	2*	29	45
HOTEL EL ANCLA	2*	13	24
HOTEL ÁVILA JEREZ CENTER	2*	33	50
TOTAL HOTELES DOS ESTRELLAS	6	162	261
HOTELES 1 ESTRELLA	CATEGORIA	Nº HAB.	Nº PLAZAS
HOTEL NUEVO HOTEL	1*	24	40
HOTEL IBIS JEREZ	1*	83	163
HOTEL QUITAGOLPE	1*	25	37
HOTEL SAN ANDRÉS	1*	30	39
HOTEL BONILLA	1*	6	11
HOTEL TRUJILLO	1*	26	47
ONLY SUITES HOTEL	1*	18	36
HACIENDA EL BOYAL	1*	18	36
TOTAL HOTELES UNA ESTRELLA	8	230	409
PENSIONES	CATEGORIA	Nº HAB.	Nº PLAZAS
VIVIAN GUEST HOUSE	ÚNICA	17	50
LIFE ASTUTO BOUTIQUE	ÚNICA	19	70
LA FONDA BARRANCO	ÚNICA	10	18
PENSIÓN SAN ANDRÉS	ÚNICA	26	41
PENSIÓN SANVI	ÚNICA	12	16

170

TOTAL PENSIONES	5	84	195
HOTEL-APARTAMENTO	CATEGORIA	Nº HAB.	Nº PLAZAS
BARCELÓN JEREZ MONTECASTILLO & CONVENTION CENTER	4LL	60	136
TOTAL HOTEL-APARTAMENTO	1	60	136
APARTAMENTO	CATEGORIA	Nº HAB.	Nº PLAZAS
CORTIJO DE ROJITÁN		1	17
CASA ROSALEDA		7	22
SHERRY CENTER		4	12
CASA SEVEN		6	16
MULTIAPARTAMENTO JEREZ		4	7
LIFE APARTMENTS GUADALETE		6	21
PALACIO TORNERÍA		8	32
EL PATIO ANDALUZ		4	9
JEREZ SUITES		7	14
APARTAMENTOS JEREZ		10	27
APARTAMENTOS ARENAL		7	24
APARTAMENTOS MIRABAL		6	23
APARTAMENTOS SANTA MARÍA 15		10	35
APARTAMENTOS ANTONA 17		3	10
LOFT Y APARTAMENTOS JEREZ CENTRO		7	31
APARTAMENTOS JEREZ ALAMEDA DEL BANCO		3	5
TOTAL APARTAMENTOS	16	93	305
CASAS RURALES	CATEGORIA	Nº HAB.	Nº PLAZAS
CORTIJO ALIJAR	Casa Rural	5	9
CASA VIÑA DE ALCÁNTARA	Casa Rural	9	18
VIÑA SANTA PETRONILA	Casa Rural	8	16
LA MARISCALA	Casa Rural	7	14
VIÑA LAS CARREÑAS	Casa Rural	6	12

MIS TRES ROSAS	Casa Rural	3	8
TOTAL	6	38	77
HOSTALES	CATEGORIA	Nº HAB.	Nº PLAZAS
HOSTAL FÉNIX	2*	11	20
HOSTAL JEYS CATEDRAL JEREZ	2*	18	27
TOTAL HOSTALES	2	29	57
TOTAL CAPACIDADES HOTELERAS	64	1961	3890

A estas plazas de alojamiento, se le incorpora la oferta de las Viviendas con Fines Turísticos (VFT) y Viviendas de Turismo de Alojamiento Rural (VTAR) que suman aproximadamente 1.264 viviendas y 2.931 plazas y que se añaden a la oferta hotelera.

Jerez cuenta con un espacio de 6.000 metros cuadrados que ofrece servicio de parking para caravanas y autocaravanas, además de otros servicios complementarios, sin llegar a constituir una infraestructura de camping.

172

El número de agencias de viajes con sede en la provincia de Cádiz es de 181 empresas, de las que 24 agencias tienen sede en Jerez, 10 en la categoría mayorista-minorista y hasta 14 corresponden al grupo de minoristas. Estas agencias principalmente vienen desempeñando su labor como agencias emisoras.

OFERTA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS AL SECTOR TURÍSTICO

Jerez es una ciudad de servicios y, como tal, cuenta con numerosos servicios complementarios de la actividad turística. Es el caso del Mercado Central de Abastos, que ofrece a diario los productos locales, de la Bahía y de la Sierra de Cádiz, y que son la base de una exquisita gastronomía, fruto de una geografía diversa, de un clima excelente y del legado histórico dejado por los pueblos que habitaron este territorio. Todo ello se refleja en una gastronomía diversa en sabores y aromas que, acompañada por los vinos de la región, constituyen una variada y exquisita propuesta gastronómica.

Productos frescos entre los que destacan los pescados y mariscos de la Bahía de Cádiz, los aceites, carnes, hortalizas y frutas de la campiña y los quesos y embutidos de la Sierra de Cádiz, que, junto a la versatilidad de los Vinos de Jerez, cautivan a los paladares más exigentes, así como a prestigiosos cocineros de todo el mundo.

173

Disfrutar de exquisitas creaciones gastronómicas resulta aún más atractivo al ir de la mano de prestigiosos restaurantes, bares de vinos, los típicos tabancos y las terrazas que serpentean la ciudad.

En relación con la dotación sanitaria, hay que tener en cuenta que Jerez es la primera ciudad gaditana por número de habitantes y uno de los principales espacios económicos de Andalucía. La ciudad cuenta con la dotación en recursos sanitarios más importante de la provincia de Cádiz, entre los que se encuentran el Hospital General del SAS de Jerez, con 460 camas, el Hospital San Juan Grande, con 226 camas, la Clínica Jerez que dispone de 90 camas, la Clínica Los Álamos con 19 camas, así como múltiples Centros de Atención Primaria y otras clínicas y centros privados.

Además, la ciudad ofrece una serie de posibilidades formativas dirigidas a los profesionales del sector turístico, con el objetivo de brindar al visitante un servicio de calidad por medio de un personal altamente cualificado.

Entre las posibilidades formativas que ofrece la ciudad, hemos de destacar los cursos de tecnificación ecuestre que desarrolla la Fundación Real Escuela Andaluza del Arte Ecuestre.

Por otra parte, la Universidad de Cádiz cuenta con una amplia oferta formativa distribuida entre sus cuatro campus, sus más de cuarenta títulos de grados, una oferta creciente de posgrados y cualificados grupos de investigación.

La Universidad de Cádiz desarrolla una destacada labor formativa y transferencia de conocimiento y que viene a dar respuesta a las necesidades formativas de la realidad laboral del territorio. Entre otros, destacamos las siguientes acciones formativas que dan respuesta a las diferentes áreas de negocio turístico:

Grados:

- Estudios franceses.
- Estudios ingleses.
- Marketing e investigación de mercados.
- Publicidad y relaciones públicas.
- Turismo.
- Doble grado en 'Estudios árabes e islámicos y en Estudios ingleses'.
- Doble Grado en 'Filología hispánica y en Estudios ingleses'.
- Doble grado en 'Lingüística y lenguas aplicadas y en Estudios ingleses'.
- Doble grado en 'Estudios franceses y en Estudios ingleses'.
- Doble grado en 'Filología clásica y en Estudios ingleses'.

- Doble grado en 'Publicidad y relaciones públicas y en Turismo'
- Doble grado en 'Publicidad y relaciones públicas y en Marketing e investigación de mercado'.
- Doble grado en 'Marketing e investigación de mercados y en Turismo'.

Másteres oficiales:

- Creación de empresas, nuevos negocios y proyectos innovadores (Masterup).
- Dirección de empresas.
- Dirección Turística.

Programa de Doctorado en 'Dirección de empresas y entorno económico'.

175

La Escuela Profesional de Hostelería de Jerez ofrece la siguiente formación y titulación:

- Diplomatura técnica en cocina y restauración.
- Cursos monográficos: cocina sana y divertida.
- Programas de Formación Profesional para el empleo de la Junta de Andalucía.
- Certificados de profesionalidad: 'Hostelería y turismo', 'operaciones básicas de cocina'.
- Servicios socioculturales, Docencia de la formación profesional para el empleo.

El Instituto Álar Núñez forma a profesionales vinculados a la actividad turística:

- Formación Profesional Básica ‘Ayudante de servicios de restauración’
- Ciclo Formativo Grado Superior de ‘Información, Asistencia y Guía Turísticas’.

Así mismo, la Escuela Oficial de Idiomas de Jerez cuenta con un programa formativo ajustado a los idiomas: inglés, alemán y francés y que se desarrolla en 5 cursos académicos que se corresponden con los niveles del marco de referencia europeo:

- Nivel básico: 1º de nivel básico. A1 y 2º de nivel básico. A2
- Nivel Intermedio: B1
- Nivel Avanzado: 1º de nivel avanzado y 2º de nivel avanzado. B2
- C1. Solo en el idioma inglés

176

Jerez es sede, además, de los Consulados de Alemania, Suecia y Bélgica, además de Viceconsulado Honorario de Dinamarca e Italia.

5) Iniciativas de Contenido Turístico a abordar para la consecución de los objetivos generales de los Planes Turísticos de Grandes Ciudades

Atendiendo a las características de la industria turística de Jerez, a las acciones de mejora necesarias en el espacio y a las estrategias que se han considerado de interés, el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez establece seis Iniciativas de Contenido Turístico, que engloban una serie de actuaciones consideradas estratégicas para la consecución de los objetivos generales trazados en el Plan.

INICIATIVAS DE CONTENIDO TURÍSTICO PLAN TURÍSTICO DE GRANDES CIUDADES DE JEREZ

ICT 1 – Desarrollo de una red integral de información turística y acogida al turista

ICT 2 - Adecuación y puesta en valor del medio urbano

ICT 3 - Promoción, comercialización y fidelización

ICT 4 - Calidad y excelencia

ICT 5 - Desarrollo de productos

ICT 6 - Visualización, concienciación y sensibilización

177

Estas Iniciativas de Contenido Turístico pretenden ser el soporte que nos permita llevar a cabo la estrategia global y la definición y el desarrollo de las actuaciones con las que se pretende la consecución de los objetivos marcados, permitiendo de este modo un desarrollo sostenible de la industria turística y la creación de empleo en el territorio

En el desarrollo posterior de estas Iniciativas de Contenido Turístico y sus actuaciones se ha de tener en cuenta los objetivos transversales de igualdad de género, creación de empleo estable y de calidad, así como la incorporación de jóvenes y personas con discapacidad al mercado laboral.

Se considera que el desarrollo de un Plan Turístico de Grandes Ciudades en la ciudad de Jerez es una oportunidad para afrontar el reto del desarrollo turístico integral del destino a partir de la calidad, la excelencia, la accesibilidad, la sostenibilidad, la innovación, y el apoyo al desarrollo de sectores y productos turísticos, en busca de la diversificación, la diferenciación, el fortalecimiento y el posicionamiento de la marca Jerez, contemplando de forma transversal la consecución de retos como la generación de empleo estable y de calidad, la igualdad de género y la incorporación de jóvenes y personas con discapacidad al mercado laboral.

178

La adecuación de estas INICIATIVAS DE CONTENIDO TURÍSTICO a las Líneas Estratégicas del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020 se expresa según sigue:

ADECUACIÓN DE LAS INICIATIVAS DE CONTENIDO TURÍSTICO DEL PLAN TURÍSTICO DE GRANDES CIUDADES DE JEREZ A LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PG TSA HORIZONTE 2020

ICT PLAN TURÍSTICO DE GRANDES CIUDADES DE JEREZ	LÍNEAS ESTRATÉGICAS PG TSA H2020							
	Línea Estratégica 1	Línea Estratégica 2	Línea Estratégica 3	Línea Estratégica 4	Línea Estratégica 5	Línea Estratégica 6	Línea Estratégica 7	Línea Estratégica 8
ICT 1 Desarrollo de una red integral de información turística y acogida al turista	○	○	○	○	○	●	●	○
ICT 2 Adecuación y puesta en valor del medio urbano	○	○	○	○	○	●	●	○
ICT 3 Promoción, comercialización y fidelización	○	○	●	●	●	○	○	○
ICT 4 Calidad y excelencia	●	●	●	○	○	●	●	○
ICT 5 Desarrollo de productos	○	●	●	●	○	○	●	●
ICT 6 Visualización, concienciación y sensibilización	●	○	○	○	●	○	○	○

El desarrollo de la estrategia del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez a partir de seis Iniciativas de Contenido Turístico y las correspondientes actuaciones estratégicas se planifica en dos fases, según las características de estas y teniendo en cuenta las necesidades del destino:.

INICIATIVAS DE CONTENIDO TURÍSTICO	FASE 1	FASE 2
ICT 1 Desarrollo de una red integral de información turística y acogida al turista	●	●
ICT 2 Adecuación y puesta en valor del medio urbano	●	●
ICT 3 Promoción, comercialización y fidelización	●	●
ICT 4 Calidad y excelencia	●	●
ICT 5 Desarrollo de productos	●	●
ICT 6 Visualización, concienciación y sensibilización	●	●

180

Estas Iniciativas de Contenido Turístico pretenden ser el soporte que permita a la ciudad de Jerez llevar a cabo la estrategia global y la definición y el desarrollo de las acciones con las que se pretende la consecución de los retos y objetivos marcados, permitiendo de este modo un desarrollo sostenible de la industria turística.

ICT 1

DESARROLLO DE UNA RED INTEGRAL DE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y ACOGIDA AL TURISTA

OBJETIVOS PTGCA

- c) Aumento de la calidad de los servicios turísticos de la ciudad.
- e) La sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS PG TSA HORIZONTE 2020

Línea E 6. Andalucía, destino turístico de excelencia.

Línea E 7. Innovación y competitividad turística

FINALIDAD

Desarrollar una red integral de información, atención y acogida a turistas y visitantes, basada en la calidad y excelencia turística, con el fin de proveer una solución a la necesidad de información y promoción de la oferta turística, cultural y de ocio, incrementar el consumo y la estancia media, así como asegurar la satisfacción de la demanda.

DESCRIPCIÓN

Teniendo en cuenta el número de viajeros y pernoctaciones y el elevado número de visitantes a los principales recursos y atractivos turísticos de la ciudad, se considera prioritario el desarrollo de una red integral de información turística acorde a la relevancia de Jerez como destino turístico. Esta red integral de información, atención y acogida al turista se desarrollará bajo los preceptos de calidad, excelencia y cultura del detalle y constituirá un servicio de atención y un canal de comunicación que traslade la oferta a los agentes y consumidor final.

Esta red constituye una mejora de la calidad del servicio de información, promoción, atención y acogida al viajero, así como de los canales de comunicación y promoción turística, teniendo en cuenta todos los detalles que influyen en la experiencia turística y que abarcan las diferentes fases del consumo: promocional e informativa antes de la llegada, durante la

181

visita y tras la experiencia y/o estancia en el destino, asegurando el acceso del turista a la información, promoviendo la generación de flujos turísticos, la mejora de la percepción de la demanda en relación al destino y su fidelización.

Para dar respuesta a lo expuesto, esta Iniciativa de Contenido Turístico plantea el desarrollo, entre otras, de las siguientes actuaciones:

- Red de centros de atención y recepción al visitante.
- Red informativa y promocional de la oferta en destino.

En cualquier caso, los proyectos que se acometerán dentro de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.

RESULTADOS ESPERADOS

Contar con unos canales de información y un espacio turístico de calidad y excelencia, amable con el viajero y ciudadanía, a partir de la incorporación de medidas innovadoras en el desarrollo y acondicionamiento de espacios y herramientas de información, recepción y acogida, todos estos localizados estratégicamente en zonas de mayor afluencia.

Esta red integral de información turística y acogida al turista ha de incorporar canales de comunicación y espacios de atención y acogida eficaces. Ha de promover la mejora de la acción de comunicación y promoción, atender y acoger a los viajeros en el destino, trasladar de forma continua y actualizada la información relativa a la oferta turística, dando respuesta a las necesidades de los diferentes perfiles de la demanda, mejorando la competitividad del destino turístico.

FASE DE EJECUCIÓN	FASE 1		FASE 2	
ANUALIDADES	1	2	1	2
MESES	24		24	

OBJETIVOS PTGCA

- a) Puesta en valor y uso de los recursos turísticos.
- b) Adecuación del medio urbano al uso turístico, impulsando la accesibilidad universal.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS PG TSA HORIZONTE 2020

Línea E 6. Andalucía, destino turístico de excelencia.

Línea E 7. Innovación y competitividad turística

FINALIDAD

Esta iniciativa tiene como finalidad el desarrollar un espacio urbano atractivo y amable, desarrollando actuaciones que garanticen la satisfacción de las necesidades y expectativas de los viajeros en el destino, así como promover la competitividad del destino turístico en segmentos específicos de la demanda.

DESCRIPCIÓN

Esta iniciativa contempla desarrollar un espacio turístico agradable, atractivo y amable, contemplando actuaciones que vienen a mejorar la experiencia turística en el destino y la puesta en valor, desde el punto de vista turístico, de espacios y recursos públicos que cuentan con un gran potencial para su desarrollo y que actualmente no disponen de las infraestructuras y servicios necesarios para su uso turístico, siendo necesario desarrollar actuaciones de mejora y adecuación.

Contempla actuaciones que faciliten el acceso y estancia en el destino, la movilidad atendiendo a la condición de la accesibilidad universal, el desarrollo de nuevos servicios, y la puesta en valor de recursos y atractivos turísticos para su incorporación a la oferta turística o adaptación a ciertos segmentos de la demanda como puede ser el segmento MICE, dotando de medios tecnológicos y nuevas tecnologías a ciertos espacios de interés, adaptación de espacios para la prestación de nuevos servicios que mejoren

la acogida y estancia en el territorio, así como adecuación y embellecimiento de espacios públicos en zonas de gran afluencia turística, haciéndolos más atractivos y capaces de aportar un valor añadido a la experiencia turística, incrementar el consumo y la fidelización de los viajeros.

Para dar respuesta a lo expuesto, esta Iniciativa de Contenido Turístico plantea el desarrollo, entre otras, de las siguientes actuaciones:

- Puesta en valor cultural y turístico de atractivos y recursos,
- Plan de embellecimiento de espacios públicos con afluencia turística,
- Mejora de la accesibilidad turística a la red de transporte urbano,
- Señalización turística,
- Consigna de equipajes,
- Área para el uso de autocaravanas.

En cualquier caso, los proyectos que se acometerán dentro de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.

RESULTADOS ESPERADOS

Se espera desarrollar un destino turístico dotado de los elementos, servicios y prestaciones necesarias para mejorar la experiencia turística, asegurar la satisfacción de la demanda, incrementar la competitividad del destino, la fidelización de los viajeros y posicionamiento de la marca Jerez.

FASE DE EJECUCIÓN	FASE 1		FASE 2	
ANUALIDADES	1	2	1	2
MESES	12		24	

ICT 3 PROMOCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y FIDELIZACIÓN

OBJETIVOS PTGCA

f) El fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS PGTSA HORIZONTE 2020

Línea E 3. Estabilidad y calidad en el empleo.

Línea E 4. Gestión de la estacionalidad turística.

Línea E 5. Refuerzo y posicionamiento de la marca Andalucía.

FINALIDAD

Impulsar una labor de promoción, comercialización y fidelización efectiva del destino turístico Jerez, dirigida a agentes y clientes finales, teniendo en cuenta los diferentes nichos de mercado potenciales y ajustándonos a las particularidades de los perfiles de la demanda, a fin de promover el reconocimiento, posicionamiento y competitividad del destino y marca Jerez.

DESCRIPCIÓN

Se trata de una iniciativa que da respuesta a la continua necesidad de promoción y comercialización del destino y su oferta turística.

Conscientes de los diferentes escenarios y realidades que pueden darse, esta iniciativa se establece como prioritaria para que la industria turística pueda desarrollarse y actúe como eje dinamizador del desarrollo económico y creación de empleo.

Esta iniciativa constituye una oportunidad para la mejora de la acción promocional y comercializadora del destino, ya que engloba actuaciones que van a permitir una mejora de la comunicación y proyección de la ciudad como destino turístico.

A la hora de definir la estrategia y herramientas de comunicación se tendrá en cuenta el escenario real y potencial a corto y medio plazo, el

185

comportamiento de la demanda, los posibles y constantes cambios de los hábitos de consumo que afectan a todas sus fases y las necesidades y expectativas de los diferentes perfiles de la demana, haciéndose necesario adaptar de forma permanente la estrategia de marketing del destino.

El crecimiento de la demanda de información y compra a través de internet, las nuevas formas de organización de viajes o la demanda de segmentos y productos específicos y diferenciados son algunos de los factores que hacen necesario definir estrategias de marketing que dirijan y acerquen la oferta a la demanda ajustándose a los comportamientos del mercado. De esta forma, se podrá posicionar nuestro destino a través de la oferta en los nuevos segmentos de la demanda, tanto en mercados emisores tradicionales como emergentes, nacionales e internacionales.

En estos momentos, se considera prioritario el mercado nacional y de proximidad, si bien, se precisa dirigir la acción promocional a mercados exteriores y desarrollar un posicionamiento eficiente y competitivo en estos, haciendo posible la internacionalización del tejido productivo, y esto va a permitir captar y trasladar conocimientos que van a favorecer la gestión empresarial y extender nuevas vías de comercialización.

Esta Iniciativa de Contenido Turístico plantea dar respuesta a lo expuesto a través del diseño y desarrollo de una campaña de promoción de la marca turística Jerez, desarrollo de soportes y herramientas digitales que hagan posible la promoción y comercialización de la oferta, además de acercarla de forma segmentada y personalizada al destinatario final e intermediario turístico, diseño y edición de material promocional, principalmente digital, plan social media, diseño y desarrollo de una gama de productos y souvenirs, plataforma web promocional, desarrollo de una tarjeta turística que promueva el consumo y la fidelización de viajeros, desarrollo de una red de webcams panorámicas que difundan imágenes en vivo de espacios

atractivos de la ciudad, aplicaciones informáticas para dispositivos móviles y apartados web responsivos y específicos de diferentes productos turísticos, máquinas dispensadoras de planos turísticos, Tótem letras corpóreas de Jerez colocados en diferentes lugares de la ciudad a fin de promover la toma de imágenes y su viralización en redes sociales y aplicaciones, entre otros.

En cualquier caso, los proyectos que se acometerán dentro de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.

RESULTADOS ESPERADOS

Incrementar el número de viajeros que visitan el destino Jerez, las pernoctaciones, estancia media y consumo en destino, logrando la desestacionalización de la oferta y la demanda, el posicionamiento y competitividad de la marca y la creación de empleo estable y de calidad.

FASE DE EJECUCIÓN	FASE 1		FASE 2	
ANUALIDADES	1	2	1	2
MESES	24		24	

187

ICT 4 CALIDAD Y EXCELENCIA

OBJETIVOS PTGCA

- c) Aumento de la calidad de los servicios turísticos de la ciudad.
- e) La sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística

LÍNEAS ESTRATÉGICAS PG TSA HORIZONTE 2020

- Línea E 1. Dinamización integral y cooperativa del sector turístico andaluz.
- Línea E 2. Apoyo al tejido empresarial para la creación de productos turísticos.
- Línea E 6. Andalucía, destino turístico de excelencia.
- Línea E 7. Innovación y competitividad turística.

FINALIDAD

Generar un valor añadido que garantice la satisfacción de la experiencia turística y la fidelización de los viajeros, considerando y actuando en factores como la seguridad, credibilidad, calidad y excelencia del espacio y de los productos y servicios turísticos que se prestan durante todas las fases del proceso de información y consumo.

DESCRIPCIÓN

A raíz de la incorporación de la posibilidad de una crisis sanitaria en el glosario de amenazas que pueden interferir en la industria turística a nivel local y mundial, en estos momentos se considera imprescindible la adaptación del espacio, los servicios de información y acogida, así como la oferta turística que desarrolla el tejido empresarial, a la nueva realidad, con el objetivo de desarrollar y garantizar un espacio turístico seguro, responsable, sostenible, de calidad y excelencia, capaz de satisfacer y lograr superar las expectativas de los viajeros reales y potenciales.

La incorporación de soluciones innovadoras y nuevas tecnologías a los procesos de producción, permite una mayor eficiencia y competitividad de la industria turística local.

Esta estrategia contempla trabajar factores como la calidad y la excelencia turística, la adecuación a las nuevas necesidades sanitarias y de seguridad, así como promover la cultura del detalle al cliente como factores que aportan un valor añadido y se pueden constituir como elementos identificativos y diferenciadores del destino y su oferta, ayudando a posicionar el destino y su marca de forma competitiva en los mercados.

Alcanzar la excelencia es solo posible a partir del conocimiento de la demanda, el compromiso de las administraciones, del tejido empresarial y de los recursos humanos de las empresas en la adopción de estos objetivos, la adopción, implementación y adaptación de buenas prácticas referidas a la seguridad, gestión empresarial, sostenibilidad medioambiental, accesibilidad universal, cultura del detalle y otros ámbitos.

Esta Iniciativa de Contenido Turístico contempla, entre otras, acciones como:

- Generar e implantar guías y manuales de buenas prácticas ajustados al comportamiento y exigencias de la demanda, a la realidad turística local y al tipo de actividad: establecimientos hoteleros, restaurantes, bares, centros de visita, comercios, transporte público, etc.
- Editar e implantar manuales de producto según segmentos de la oferta turística de interés: flamenco, ecuestre, idiomático, cine, entre otros, innovando en el desarrollo de clubs de productos turísticos a partir de criterios de calidad específicos.
- Acción continuada de sensibilización, asesoramiento y consultoría, a fin de promover la implantación de reconocidos sistemas de certificación de calidad y normas estandarizadas para la mejora de la calidad.

En cualquier caso, los proyectos que se acometerán dentro de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.

RESULTADOS ESPERADOS

Dinamizar el sector turístico en la asunción de buenas prácticas e implantación de criterios y sistemas de calidad y excelencia turística a fin de lograr elevar los índices de calidad del destino y superar las expectativas de los clientes, logrando el efecto diferenciador de otros productos y destinos, incrementado la acción de fidelización y competitividad.

FASE DE EJECUCIÓN	FASE 1		FASE 2	
ANUALIDADES	1	2	1	2
MESES	24		24	

ICT 5 DESARROLLO DE PRODUCTOS

OBJETIVOS PTGCA

d) La mejora del producto turístico existente y la creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS PG TSA HORIZONTE 2020

Línea E 2. Apoyo al tejido empresarial para la creación de productos turísticos.

Línea E 3. Estabilidad y calidad en el empleo.

Línea E 4. Gestión de la estacionalidad turística.

Línea E 7. Innovación y competitividad turística.

Línea E 8. Segmentos turísticos: desarrollo y complementariedad

FINALIDAD

Conformar una oferta turística basada y segmentada según los elementos y atractivos turísticos diferenciadores y presentarla a la demanda atendiendo a los diferentes perfiles y hábitos de consumo.

DESCRIPCIÓN

A fin de conformar una oferta turística diversa y diferenciada que haga posible la sostenibilidad y competitividad de la misma, esta Iniciativa de Contenido Turístico contempla la creación y desarrollo de productos turísticos basados en la calidad y la excelencia.

Jerez cuenta con elementos diferenciadores destacados, como pueden ser el vino, el flamenco y el caballo. Estos elementos registran una demanda considerable, por lo que se estima de interés configurar una oferta ajustada a los atractivos y recursos vinculados a estos elementos.

Además de estos elementos diferenciadores, se ha de incorporar para su puesta en valor turístico otros recursos culturales, naturales y paisajísticos de Jerez, así como segmentos de la demanda que cuentan con un considerable potencial de desarrollo en la ciudad, como es el caso del

segmento gastronómico, cine, aprendizaje de idiomas y MICE, entre otros.

Estos productos turísticos son capaces de articular e integrar la oferta, y posicionarla competitivamente en mercados a los que sería imposible llegar de forma individual.

Para la configuración de estos productos, se considera fundamental su desarrollo a partir de criterios de calidad y excelencia estandarizados como ejes para lograr la diferenciación, así como el conocimiento de los intereses, motivaciones y necesidades de la demanda.

Al pivotar sobre los criterios de calidad y excelencia, se opta por configurar productos integrados según las pautas marcadas por clubs de productos desarrollados con éxito.

La diversificación y diferenciación de la oferta turística ejerce una acción desestacionalizadora, permitiendo el desarrollo sostenible del destino, favorece el fomento de la actuación emprendedora y rentabilidad de las empresas, la dinamización económica y creación de empleo.

En cualquier caso, los proyectos que se acometerán dentro de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.

RESULTADOS ESPERADOS

Contar con una oferta diversa, diferenciada y competitiva, dirigida a públicos específicos y que facilitará la acción de marketing de forma efectiva y con garantías de éxito, disminuir la estacionalización de la demanda y preservar la sostenibilidad del destino, así como incrementar las tasas de empleo estable y de calidad.

FASE DE EJECUCIÓN	FASE 1		FASE 2	
ANUALIDADES	1	2	1	2
MESES	12		24	

ICT 6 VISUALIZACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

OBJETIVOS PTGCA

e) La sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS PGTSA HORIZONTE 2020

Línea E 1. Dinamización integral y cooperativa del sector turístico andaluz.

Línea E 5. Refuerzo y posicionamiento de la marca Andalucía.

FINALIDAD

Percepción positiva del espacio y destino turístico por el viajero, a través de la visualización de los elementos culturales y diferenciadores del destino, así como la concienciación de la ciudadanía acerca de los beneficios de la industria turística y del desarrollo del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez.

DESCRIPCIÓN

Esta Iniciativa de Contenido Turístico abordará la adaptación, embellecimiento y tematización de espacios urbanos públicos a partir de las referencias culturales del destino, la concienciación de los agentes empresariales, sociales y de la ciudadanía acerca de los beneficios de contar con un Plan Turístico de Grandes Ciudades y repercusión positiva en la industria turística y en el desarrollo económico y social del territorio.

La visualización del destino turístico parte del acondicionamiento de los emplazamientos claves de la ciudad, partiendo de aquellos que registran un tráfico importante de visitantes. De este modo, el visitante reconocerá los elementos y grandes atractivos turísticos de la ciudad, en su propio entorno, imbuyéndose así de la historia y la cultura del destino.

El vino, el caballo, el flamenco y el motor se erigen como claves para el desarrollo de las acciones encaminadas a tematización de los espacios urbanos que de este modo se hacen aún más atractivos para el visitante y

193

ofrecen un valor añadido para el disfrute de su experiencia turística.

Uno de los retos en la apuesta por el desarrollo turístico de la ciudad es la implicación de todos los agentes. Es necesario aunar esfuerzos y trabajar de forma coordinada desde el sector público y privado en beneficio del desarrollo de una oferta atractiva y competitiva.

Se desarrollarán acciones encaminadas a la visualización de la identidad cultural, así como a la concienciación de todos los agentes locales, haciéndoles ver su contribución en la experiencia turística y la importancia de la industria turística para el desarrollo económico local. Entre otras, podrían llevarse a cabo acciones como:

- Tematización 'vino' en espacios públicos,
- Tematización 'caballo' en espacios públicos,
- Tematización 'flamenco' en espacios públicos,
- Diseño y desarrollo de un Plan de Sensibilización a la ciudadanía.

En cualquier caso, los proyectos que se acometerán dentro de esta ICT se concretarán antes de la firma del Convenio de colaboración.

RESULTADOS ESPERADOS

Satisfacción de la demanda a partir de la autenticidad del destino, haciendo visible los rasgos culturales en espacios urbanos públicos, que permitirá el reconocimiento, refuerzo y posicionamiento de la marca Jerez.

La concienciación de los agentes empresariales, sociales y ciudadanía acerca de los beneficios de la industria turística y del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez.

FASE DE EJECUCIÓN	FASE 1		FASE 2	
ANUALIDADES	1	2	1	2
MESES	24		24	

6) Marco financiero del Plan

Tanto la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local como el Ayuntamiento de Jerez se comprometen a aportar, a través del Convenio de colaboración mediante el cual se articule el Plan, al menos un 50% de la inversión total del citado PTGC, respetando en todo caso los objetivos de sostenibilidad y estabilidad presupuestaria, de acuerdo con lo previsto en el artículo 9.2 b) del citado Decreto 146/2016, de 30 de agosto.

Estos compromisos de financiación únicamente serán exigibles en el supuesto de efectiva suscripción por ambas partes del correspondiente Convenio de colaboración por el que se articule el Plan, teniendo hasta entonces carácter meramente programático.

Durante el procedimiento de elaboración del Plan se tendrá en cuenta que el gasto dedicado a la consecución de los objetivos generales indicados en los párrafos c), d), e) y f) del artículo 15.2 de la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía, deberá suponer, al menos, un 70% de la inversión total del Plan.

195

7) Causas y procedimiento de modificación y extinción.

Modificación: procedimiento y plazo.

El Plan podrá modificarse por la concurrencia de las causas sobrevenidas que, debidamente justificadas, se detallen en el mismo, sin que en ningún caso la modificación pueda suponer la alteración de la finalidad, límites y objetivos generales previstos en el artículo 3 del Decreto 146/2016, de 30 de agosto.

El procedimiento para modificar el Plan se iniciará siempre de oficio por acuerdo de la Secretaría General para el Turismo, bien por propia iniciativa, como consecuencia de petición razonada de otros órganos o a instancia del Ayuntamiento.

Cuando el alcance de la modificación produzca una alteración de las determinaciones del Plan previstas en los apartados a), b) y c) del artículo 11 del Decreto 146/2016, de 30 de agosto, será necesario someter los términos de la modificación a los trámites de audiencia y de información públicas previstos para la elaboración del Plan, debiendo el Ayuntamiento emitir un informe de valoración de las observaciones formuladas en dichos trámites. Tras el análisis del informe de valoración, la Secretaría General para el Turismo determinará si existen causas de modificación o, en su caso, de extinción del Plan.

Tanto si la modificación se inicia por parte de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local por propia iniciativa, como consecuencia de petición razonada de otros órganos o a instancia del Ayuntamiento, deberá iniciarse su tramitación de forma inmediata a la aparición de las circunstancias que la motiven y con antelación mínima de cuatro meses a la finalización del plazo de ejecución y de justificación concedido, salvo cuando medien causas de fuerza mayor debidamente acreditadas.

196

La Secretaría General para el Turismo dará audiencia al Ayuntamiento sobre el acuerdo por el que se adopte la decisión de iniciar o no el procedimiento. La denegación deberá motivarse.

El procedimiento de modificación del Plan se resolverá mediante Orden de la persona titular de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local, que será dictada y notificada en un plazo no superior a dos meses, previa instrucción del correspondiente procedimiento en el que, junto a la propuesta razonada del órgano instructor, se acompañarán los informes pertinentes y las alegaciones que, en su caso, hubiera presentado el Ayuntamiento.

La modificación surtirá efectos desde el mismo día de la firma de la Orden de aprobación, y será objeto de notificación al Ayuntamiento y publicación en la página web de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local y del Ayuntamiento de Jerez.

197

Extinción: procedimiento.

El Plan podrá extinguirse por las siguientes causas:

- Expiración del plazo de vigencia del Plan y en su caso, de las prórrogas que hayan sido acordadas.
- Incumplimiento de las obligaciones y compromisos asumidos por parte de alguno de los firmantes del convenio que se suscriba en desarrollo del Plan.
- Alteración sustancial de las determinaciones contenidas en los apartados a), b) o c) del artículo 11 del Decreto 146/2016, de 30 de agosto, que exijan, a criterio razonado de la Secretaria General para el Turismo, la tramitación de un nuevo Plan.

- Resolución judicial declaratoria de la nulidad del Plan.
- Las que se recojan en el Plan, debidamente justificadas.
- El procedimiento de extinción, salvo para el caso de finalización de su período de vigencia, que se constatará de forma automática, se tramitará conforme a lo previsto para el procedimiento de modificación del Plan.

Se seguirá el mismo procedimiento que en el caso de una modificación, salvo para la causa de finalización del período de vigencia, que se constatará de forma automática.

8) Organización para la gestión del Plan

La gestión del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez corresponderá a la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local, a través de sus medios propios, tanto personales como materiales, dando cuenta sobre su desarrollo y cumplimiento al Consejo Andaluz del Turismo.

La concreción de las actuaciones que conformen las Iniciativas de Contenido Turístico se llevará a cabo en el Convenio de colaboración mediante el cual se articule la ejecución del Plan, suscrito por la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local y el Ayuntamiento de Jerez.

El Ayuntamiento ejecutará las actuaciones previstas en el Convenio de colaboración de acuerdo con su potestad de autoorganización, dando cuenta a la Comisión de Seguimiento del citado convenio.

199

9) Fórmulas de coordinación, cooperación y colaboración entre las Administraciones Públicas implicadas y entre estas, el sector turístico y la ciudadanía. Cauces de participación.

El Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez tiene en cuenta las pautas marcadas por el Plan de Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, Horizonte 2020 y lo dispuesto en el Decreto 146/2016, de 30 de agosto, por el que se aprueban los Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía y los convenios de colaboración mediante los que se articulan.

En la elaboración del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez, y al objeto de incidir en la realidad del espacio turístico de Jerez, se han considerado las aportaciones realizadas a través de diferentes foros de colaboración y cooperación entre la administración local y el sector turístico privado, como puede ser la Mesa de Turismo de Jerez, en la que están representados los diferentes segmentos de actividad de la industria turística: establecimientos hoteleros, restauración, agentes de viajes, bodegas, atractivos ecuestres, Aeropuerto de Jerez, Renfe y turismo activo, entre otros agentes.

200

También se han mantenido encuentros de trabajo – Mesas Sectoriales – entre la administración local y diferentes segmentos de la actividad turística. Así mismo, se han procesado y analizado las quejas, observaciones y propuestas de mejora según procedimiento implantado por el servicio municipal de información turística de la ciudad y que es capaz de procesar la información aportada por visitantes, turistas y ciudadanía a través del Observatorio Turístico de Jerez (Sistema Integrado de Información Turística).

Como cauces de participación y transversalidad con los agentes económicos y sociales de la ciudad y del territorio, el Ayuntamiento de Jerez considera transmitir el conocimiento y hacer partícipes a las instituciones y organismos con competencias turísticas, industria turística y principales agentes sociales y económicos de la ciudad, como pueden ser: las organizaciones empresariales más representativas del sector turístico, consejos territoriales de Distrito que engloban a las asociaciones vecinales, organizaciones de consumidores y usuarios más representativos, colectivos de personas con discapacidad y personas LGTBI de la ciudad, siguiendo las pautas marcadas por el Plan de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020, la Ley 8/2017, de 28 de diciembre, para garantizar los derechos, la igualdad de trato y no discriminación de las personas LGTBI y sus familiares en Andalucía, así como la Ley 4/2017 de 25 de septiembre, de los derechos y atención a personas con discapacidad en Andalucía.

201

Para hacer posible esta puesta en común, se organizarán encuentros de trabajo periódicos en los que se le facilitará el conocimiento y logrará la participación de los diferentes agentes del territorio. Los agentes podrán realizar propuestas de actuaciones a acometer en el marco de los diferentes convenios del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez, que se someterán a estudio. Esta puesta en común a través de foros, jornadas, sesiones informativas y encuentros de trabajo se mantendrá activa durante el plazo de vigencia del Plan.

A fin de lograr la transparencia, el conocimiento y consenso de los agentes sociales y económicos del territorio y ciudadanía, el Ayuntamiento de Jerez publicó el primer borrador del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez en la plataforma del Ayuntamiento de Jerez www.jerez.es.

Así mismo, se ha dispuesto de un espacio de diálogo on-line a fin de recabar propuestas e ideas de mejora de forma continua.

Esta participación se fundamenta en las premisas de promover un desarrollo turístico integrado y sostenible, asumiendo los principios de calidad, excelencia, accesibilidad, sostenibilidad e innovación, con el objetivo de diversificar y diferenciar la oferta, posicionar y mejorar la competitividad de la marca Jerez.



MESA DEL MOTOR

INDESS
INSTITUTO
UNIVERSITARIO
PARA EL DESARROLLO
SOCIAL
SOSTENIBLE

MESA
SECTORIAL
SEGMENTO
CONGRESOS,
INCENTIVOS,
ACTIVO Y
RURAL

ASOCIACIÓN
TURÍSTICA
PROVINCIAL
DE CÁDIZ
AETC

TECNOTUR

CONSEJO SOCIAL

UNIVERSIDAD
DE CÁDIZ

ASOCIACIÓN
RUTA DEL VINO
Y BRANDY
DEL MARCO DE
JEREZ

HORECA

CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
PROVINCIA
DE CÁDIZ

DIPUTACIÓN
PROVINCIAL
DE CÁDIZ

AYUNTAMIENTO
DE JEREZ

MESA
SECTORIAL
SEGMENTO
ALOJAMIENTO

FACUA
ADECOSUR
UCA-UCE

MESA
SECTORIAL
SEGMENTO
HOSTELERÍA
Y COMERCIO

MESA DEL
COMERCIO

CONSEJO LOCAL
DE BIENESTAR
SOCIAL
Y DE LA MUJER

UGT
CCOO

CLÚSTER
TURÍSTICO
DESTINO JEREZ

CONSEJOS
TERRITORIALES
DE DISTRITO -
ASOCIACIONES
VECINALES

GRUPO DE
DESARROLLO
RURAL
CAMPIÑA DE JEREZ
Y COSTANOROESTE

PORTAVOZ
GRUPOS POLÍTICOS
CON REPRESENTACIÓN
MUNICIPAL

COLECTIVOS
PERSONAS CON
DISCAPACIDAD

CONSEJO LOCAL
DE
MEDIO AMBIENTE

COLECTIVOS
LGTBI

10) Mecanismos de evaluación y seguimiento.

La principal herramienta de seguimiento y evaluación del Plan será la Comisión de Seguimiento que se cree en el marco de los diferentes convenios de colaboración mediante los que se articule el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Jerez, compuesta en la forma determinada en el mismo por representantes de la Secretaría General para el Turismo de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local y del Ayuntamiento de Jerez.

El Ayuntamiento suministrará a la Secretaría General para el Turismo, al menos, con carácter trimestral, información sobre la ejecución de las actuaciones previstas en los convenios de colaboración, para su posterior análisis en la Comisión de Seguimiento.

204

La Secretaria General para el Turismo elaborará informes anuales de evaluación sobre la base de la información suministrada por la citada Comisión de Seguimiento.

En virtud de lo dispuesto en el artículo 7 del Decreto 232/2013, de 3 de diciembre, por el que se regula la organización y el régimen de funcionamiento del Consejo Andaluz del Turismo, este órgano recibirá puntual información sobre el desarrollo y cumplimiento del Plan.

11) Difusión y conocimiento del Plan.

Se diseñará y ejecutará una acción de comunicación acerca de la conveniencia del desarrollo de un Plan Turístico de Grandes Ciudades para la ciudad de Jerez y la relevancia de la actividad turística por su influencia positiva en la dinamización de la economía del territorio, tanto en la zona urbana, rural, como en otros municipios de la provincia e incluso en la economía regional.

Es importante sensibilizar a la ciudadanía y tejido empresarial, tanto del segmento turístico, como de otros segmentos en los que el turismo actúa directa o indirectamente, acerca de la repercusión de la industria turística en el desarrollo económico y social del territorio y de la conveniencia de que este desarrollo se realice de forma sostenible y bajo los cánones de calidad y excelencia.

205

Se llevará a cabo una campaña de sensibilización a nivel local dirigida a todos los agentes sociales, acerca de la actividad turística y de la oportunidad que representa el contar con un Plan Turístico de Grandes Ciudades para el municipio de Jerez, haciendo uso de las herramientas y soportes disponibles.

12) Periodo de vigencia del Plan.

El Plan de Grandes Ciudades de Jerez contará con una vigencia de cuatro años a contar desde la firma del Convenio de colaboración mediante el cual se articule y se entenderá vigente hasta la liquidación definitiva de las actuaciones contempladas en dicho Convenio.

El Plan conlleva la posibilidad de prórroga por un periodo de hasta cuatro años adicionales. La prórroga surtirá efecto desde el mismo día de la firma de la Orden de aprobación, y será objeto de publicación en la página web de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local y del Ayuntamiento de Jerez de la Frontera.