



Situación y perspectiva del turismo en la provincia de Jaén



Universidad de Jaén
Cátedra de Turismo de Interior

Juan Ignacio Pulido Fernández - jjpulido@ujaen.es
Cátedra de Turismo de Interior
Departamento de Economía. Universidad de Jaén

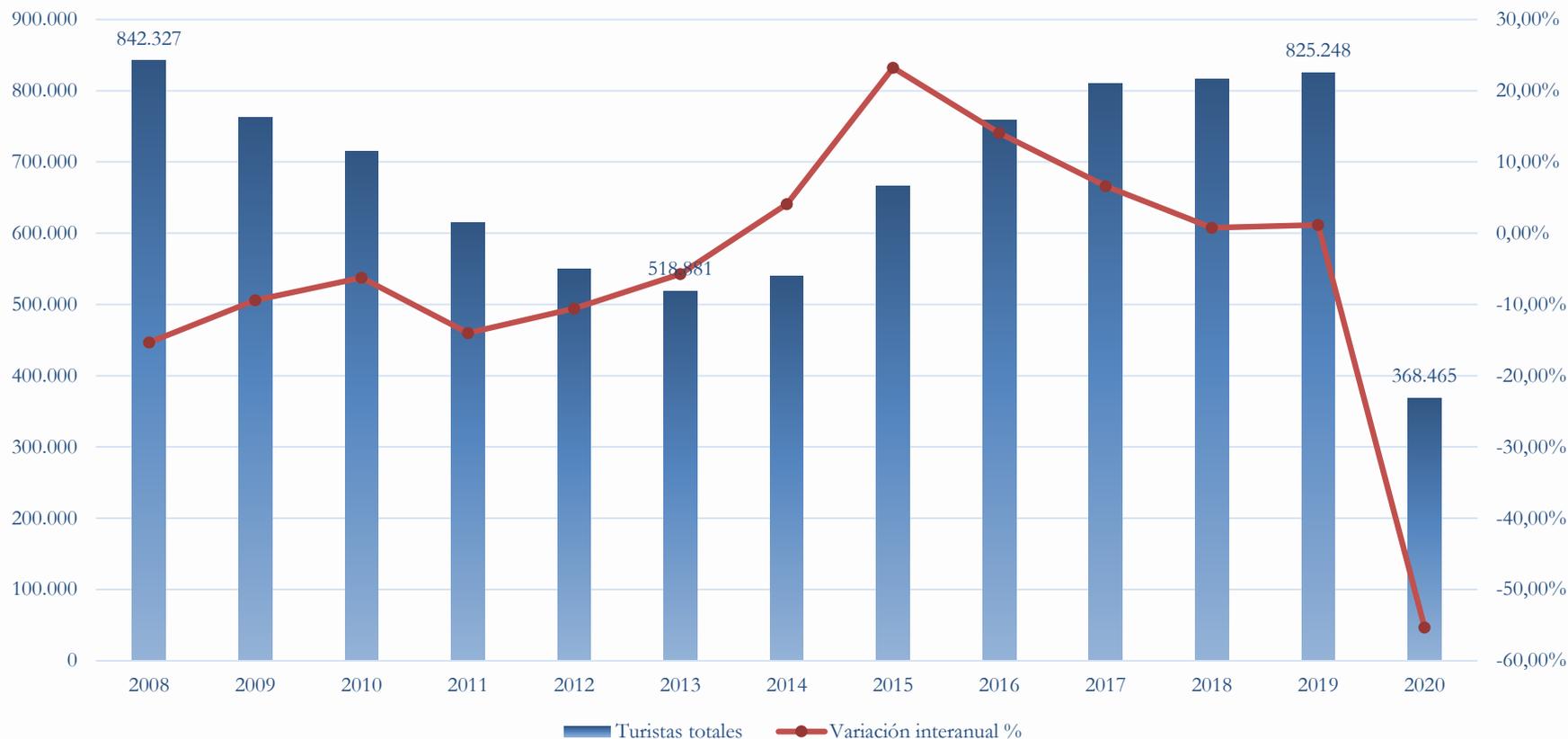




El turismo en Jaén antes de la pandemia

El turismo en Jaén antes de la pandemia

Turistas de la provincia de Jaén

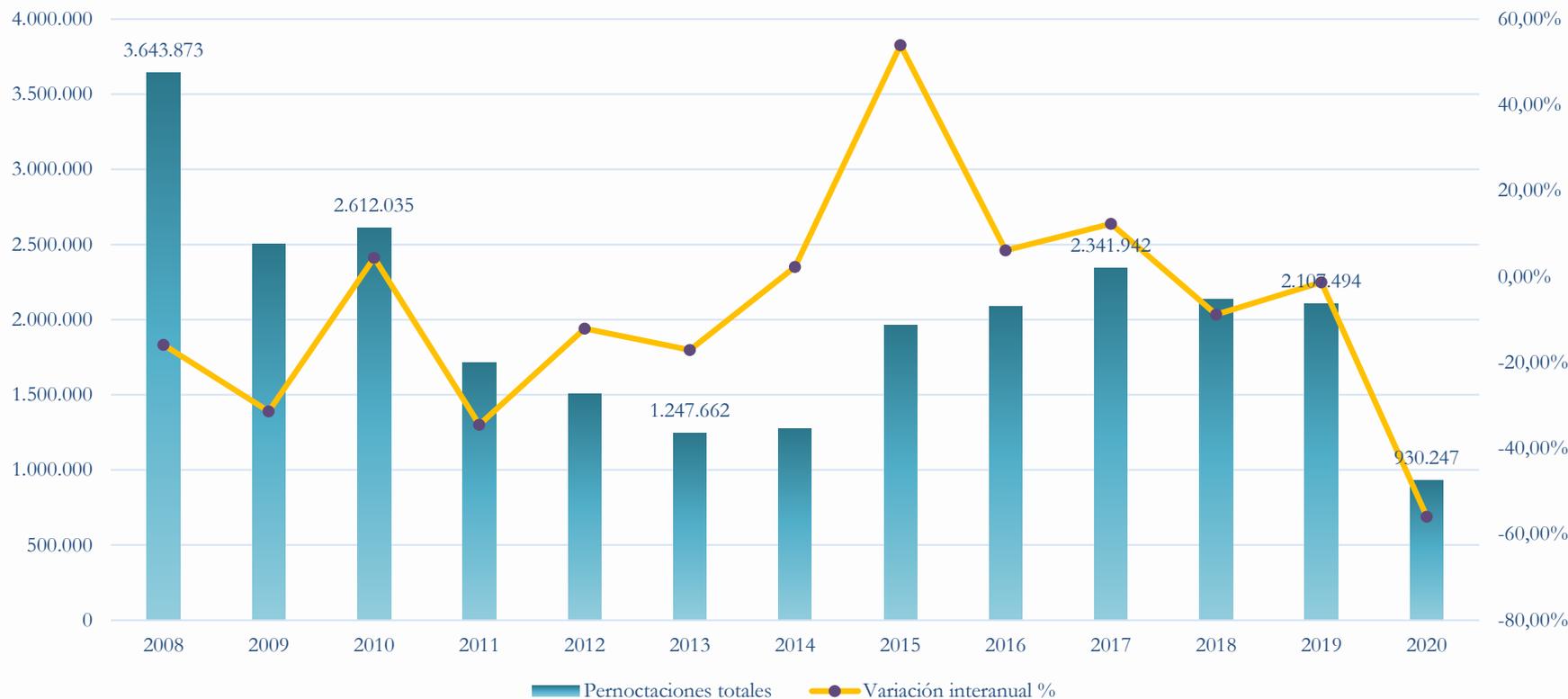


Fuente: Elaboración propia a partir del IECA



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Pernoctaciones de la provincia de Jaén

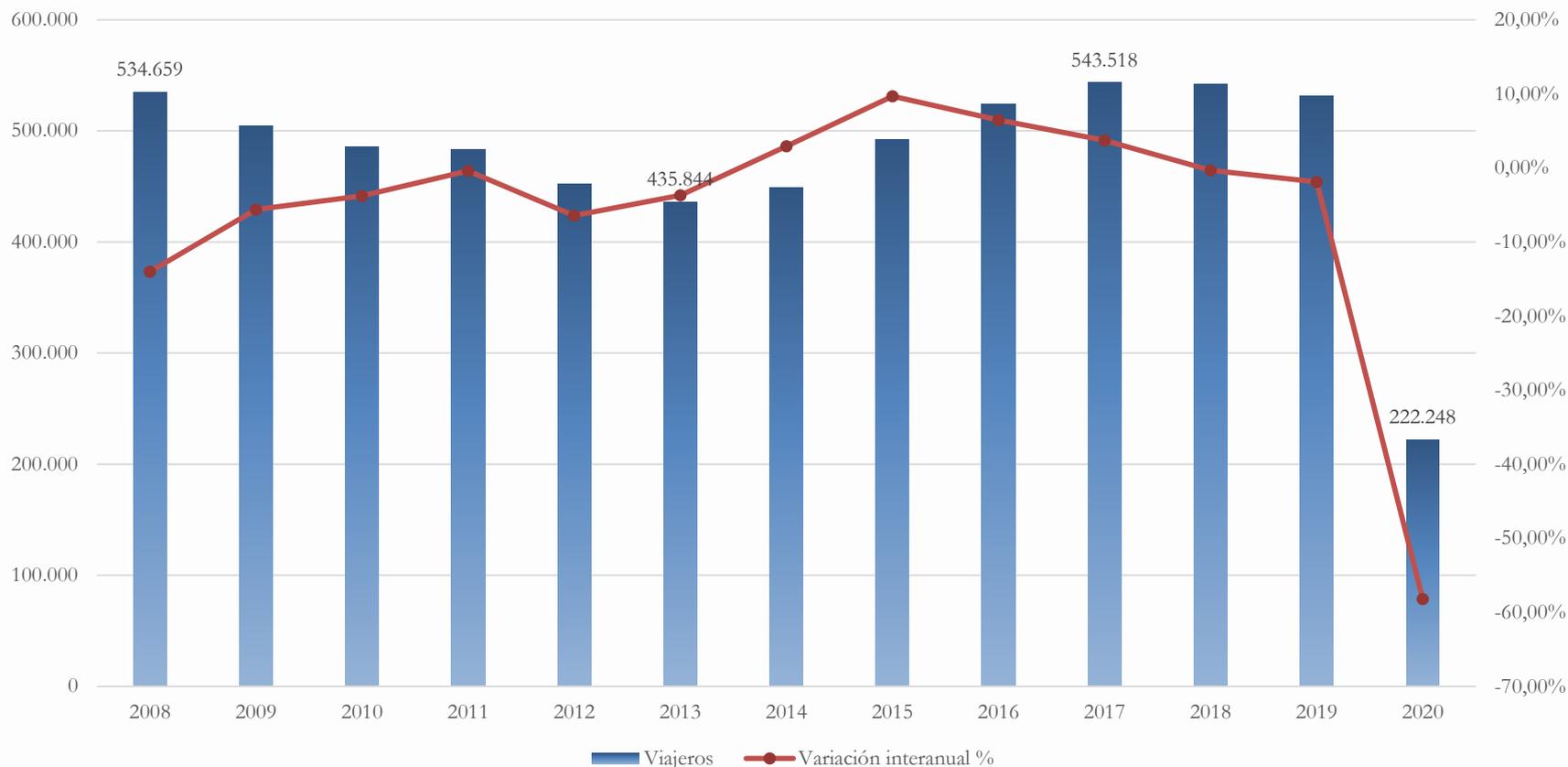


Fuente: Elaboración propia a partir del IECA



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Viajeros en alojamientos hoteleros de la provincia de Jaén

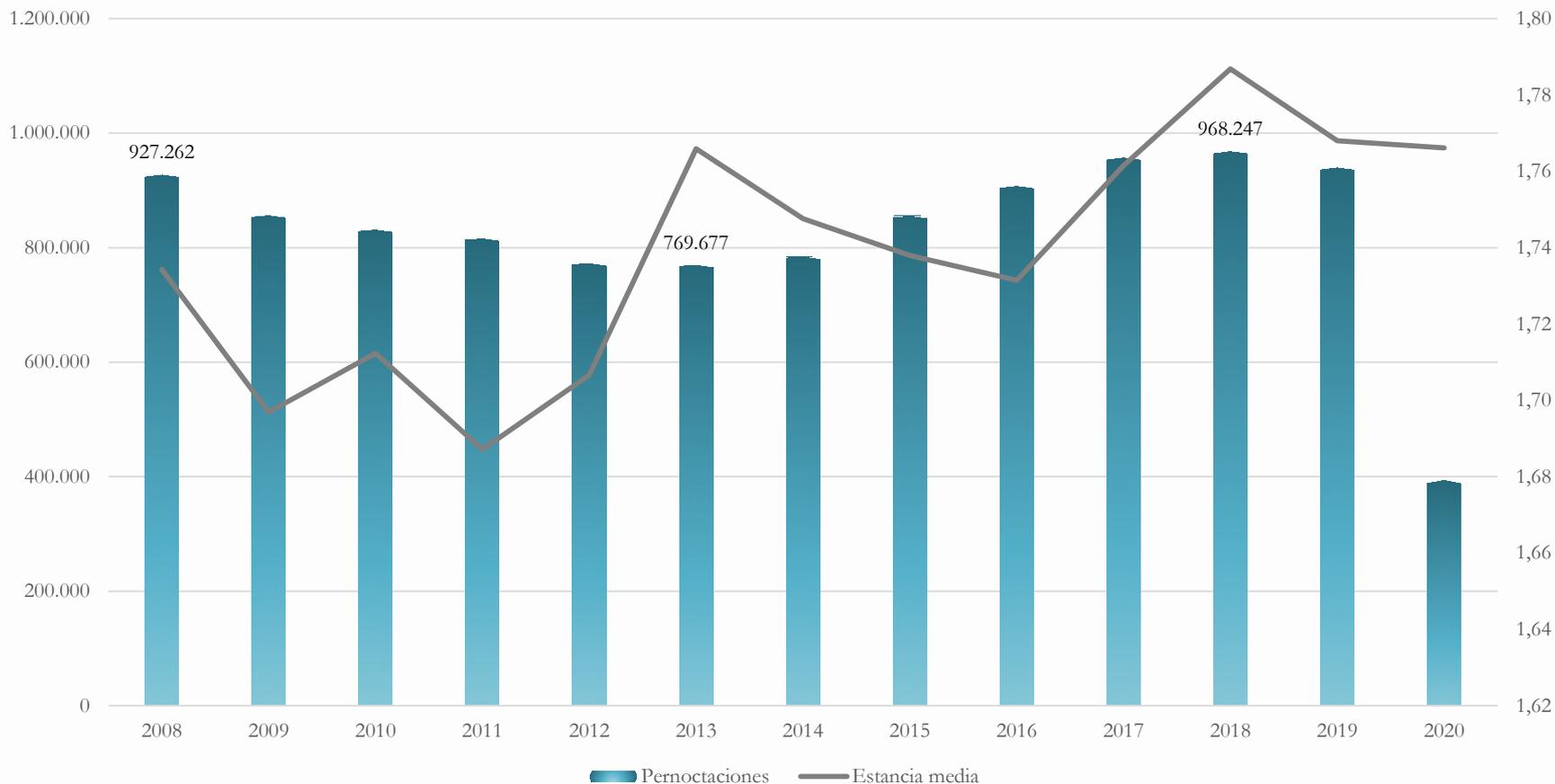


Fuente: Elaboración propia a partir del INE



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Pernoctaciones y estancia media en alojamientos hoteleros de la provincia de Jaén

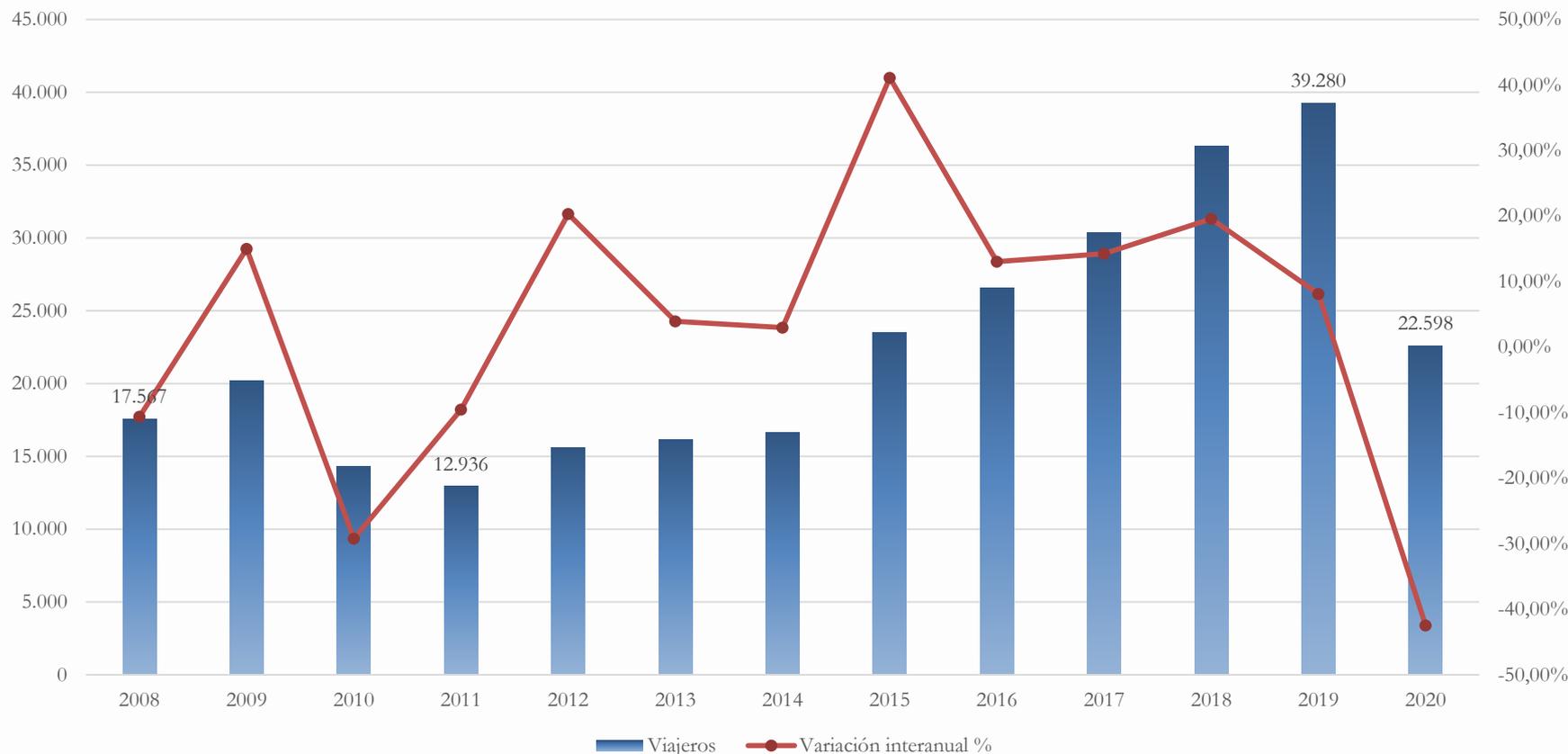


Fuente: Elaboración propia a partir del INE



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Viajeros en alojamientos de turismo rural de la provincia de Jaén

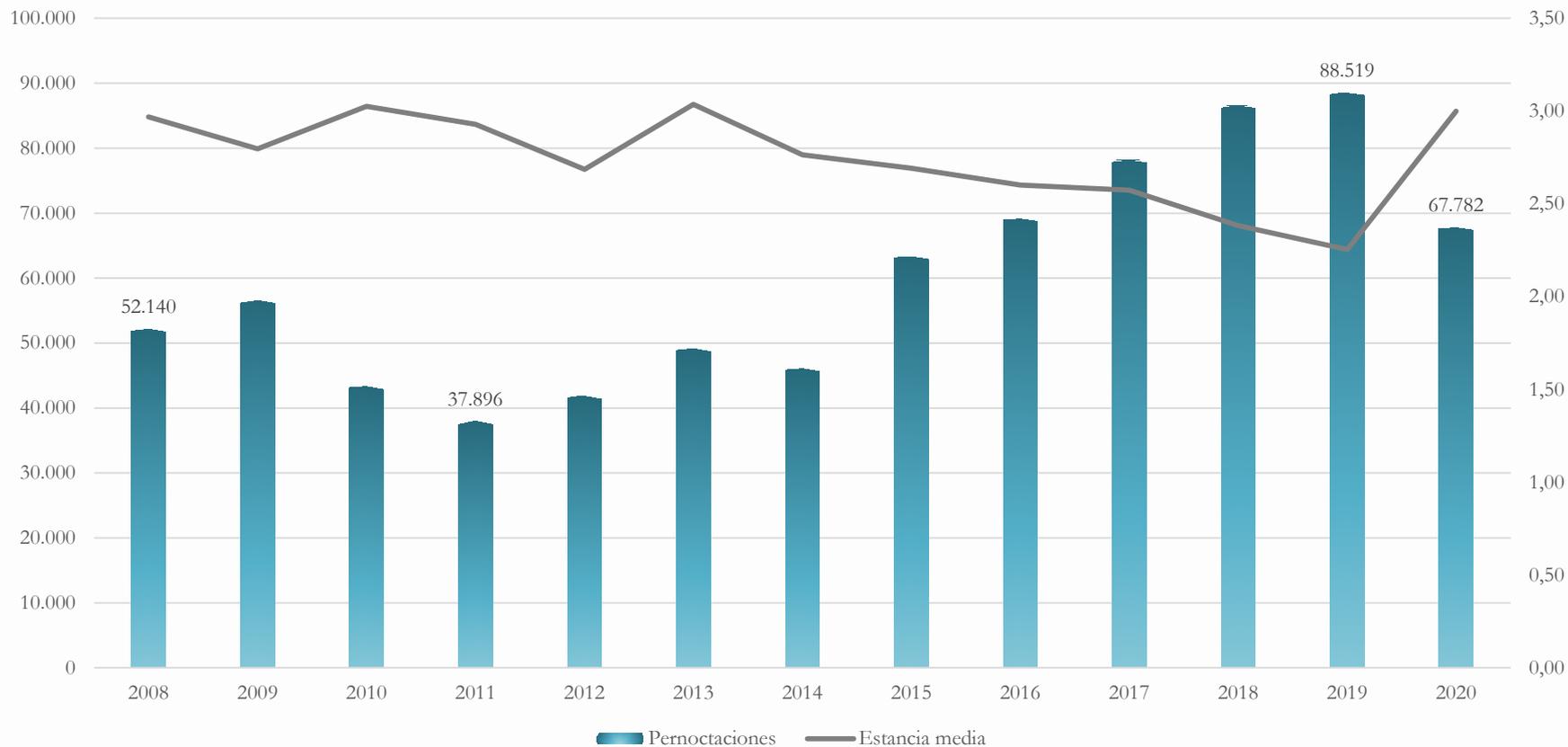


Fuente: Elaboración propia a partir del INE



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Pernoctaciones y estancia media en alojamientos de turismo rural de la provincia de Jaén



Fuente: Elaboración propia a partir del INE



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Grado de ocupación por plazas en alojamientos hoteleros de la provincia de Jaén

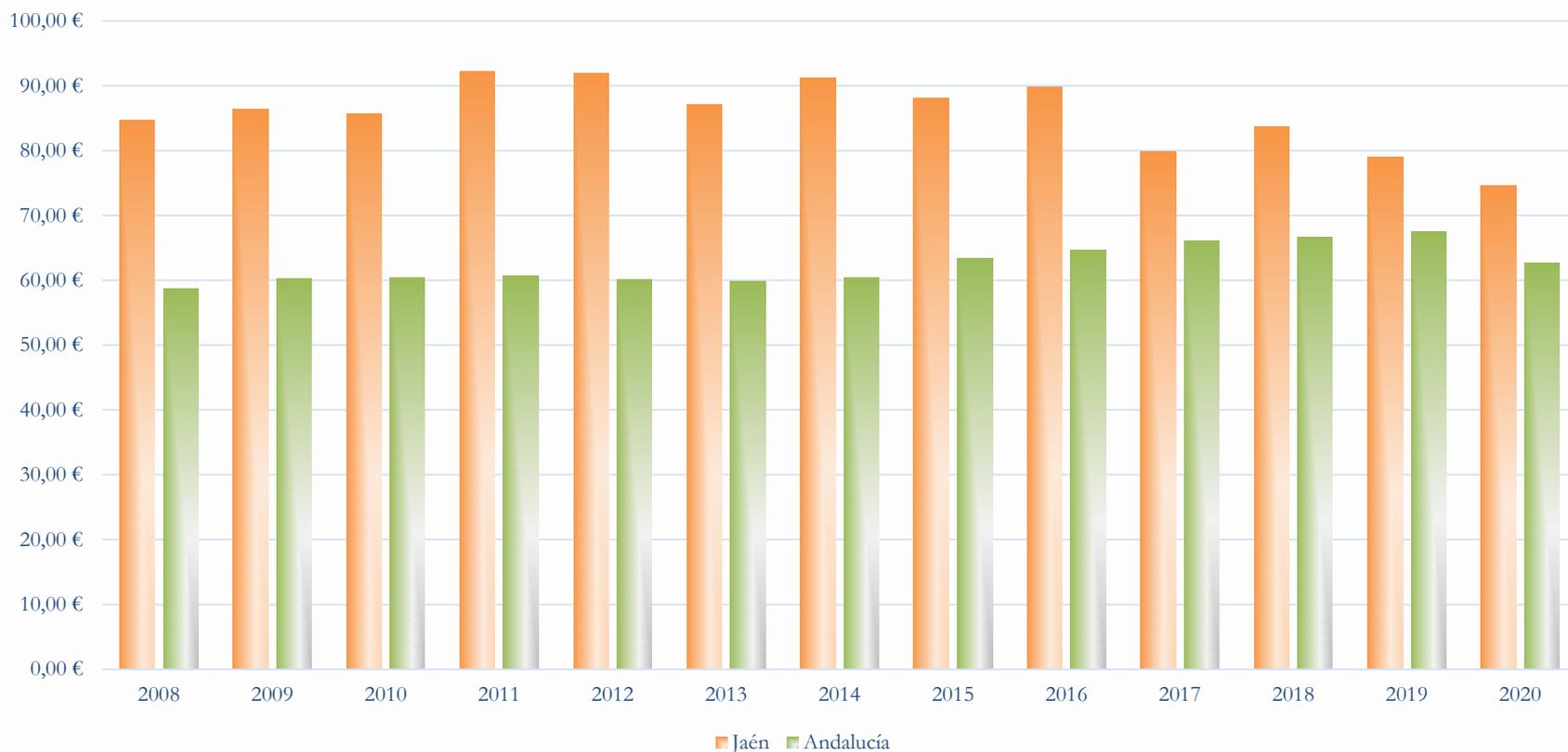


Fuente: Elaboración propia a partir del INE



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Gasto medio



Fuente: Elaboración propia a partir del IECA

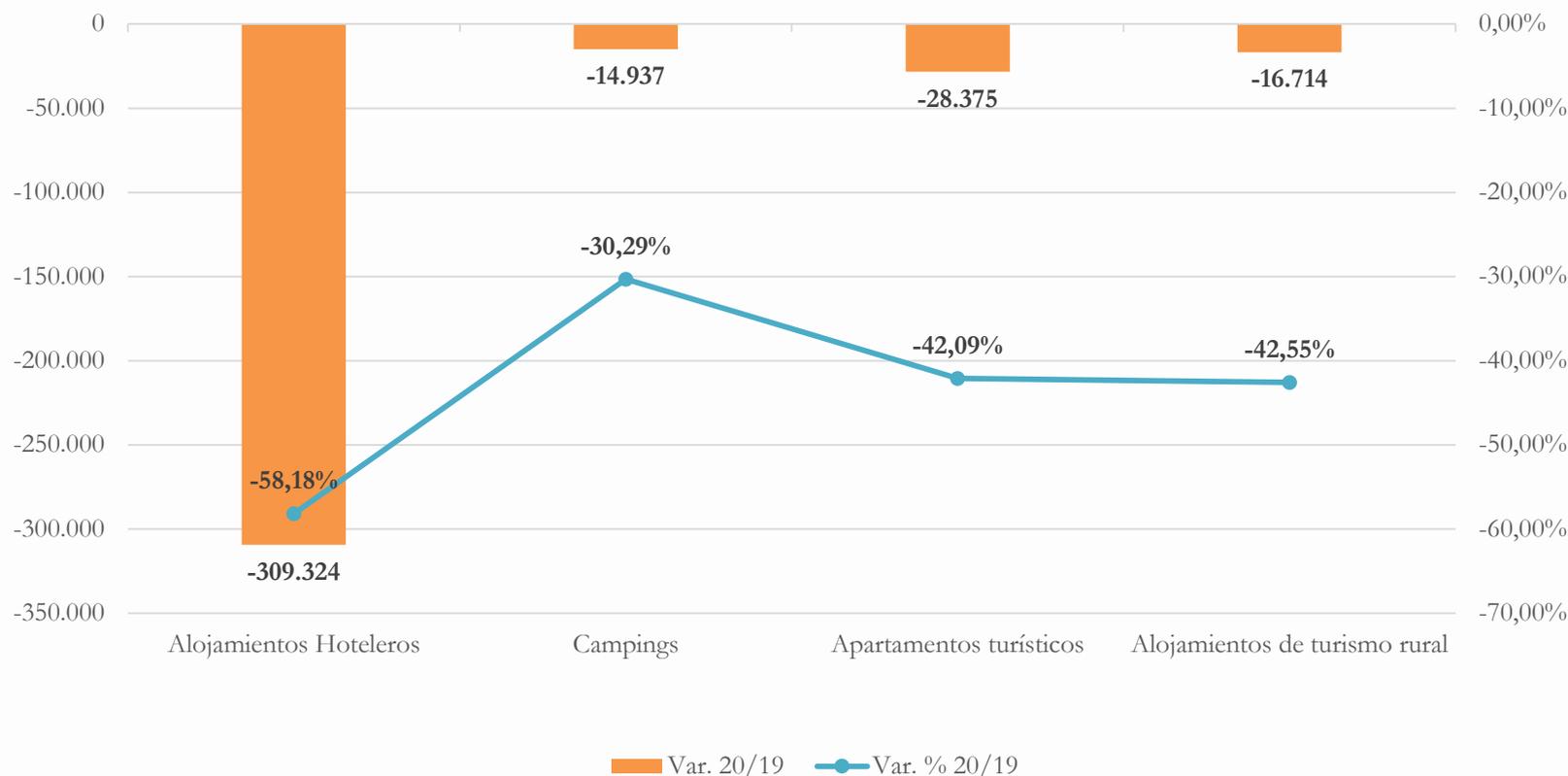




El turismo en Jaén durante la pandemia

El turismo en Jaén durante la pandemia

Tasa de variación interanual 2019-2020 de los viajeros por tipos de alojamientos en la provincia de Jaén



Fuente: Elaboración propia a partir del INE



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Viajeros y pernoctaciones totales en los alojamientos turísticos de la provincia de Jaén
(2019-2020)

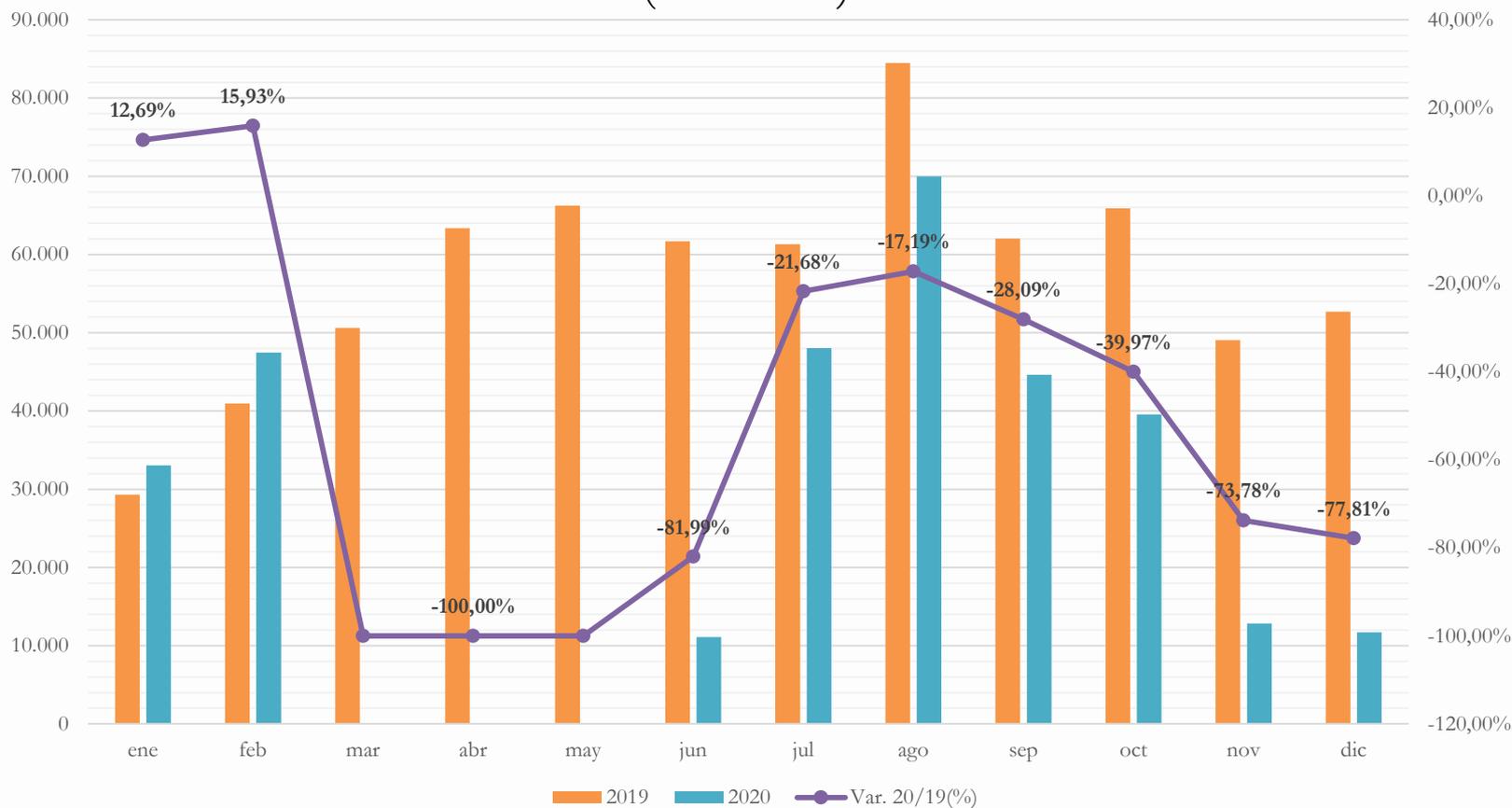
	Viajeros			Pernoctaciones		
	2019	2020	Var. 20/19	2019	2020	Var. 20/19
Alojamientos hoteleros	531.701	222.377	-58,18%	940.055	392.740	-58,22%
Campings	49.310	34.373	-30,29%	147.594	101.985	-30,90%
Apartamentos turísticos	67.414	39.039	-42,09%	162.897	110.784	-31,99%
Alojamientos de turismo rural	39.280	22.566	-42,55%	88.519	67.676	-23,55%
Total	687.705	318.355	-53,71%	1.339.065	673.185	-49,73%

Fuente: Elaboración propia a partir del INE



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Evolución mensual de los viajeros totales en la provincia de Jaén
(2019-2020)

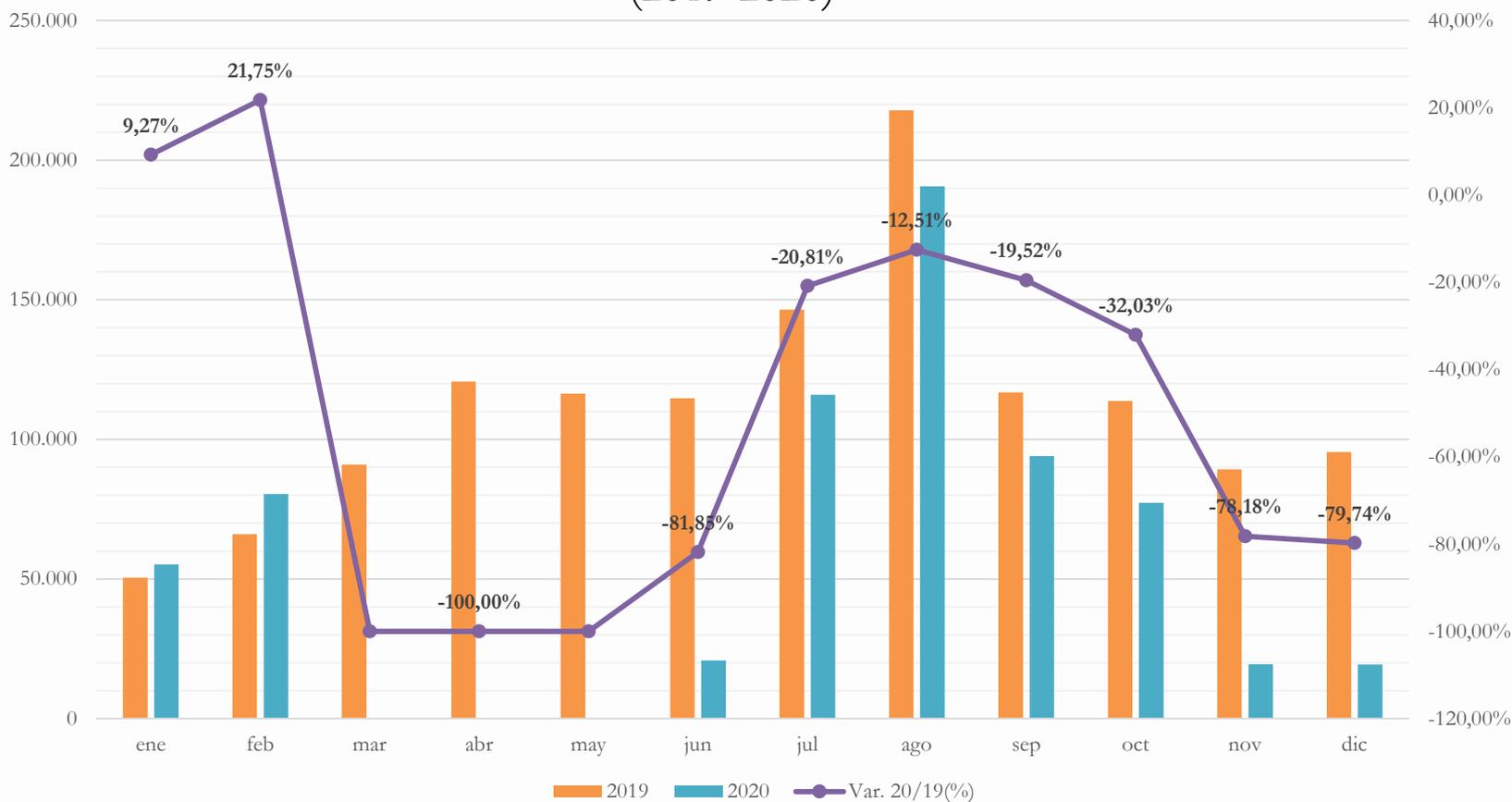


Fuente: Elaboración propia a partir del INE

El turismo en Jaén antes de la pandemia

Evolución mensual de las pernoctaciones totales en la provincia de Jaén

(2019-2020)



Fuente: Elaboración propia a partir del INE



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Gasto medio diario por provincias (2019 – 2020)

Territorio	Gasto medio diario (€) 2019	Gasto medio diario (€) 2020	Tasa de variación 20/19 (%)
Almería	62,77	59,31	-5,52%
Cádiz	75,78	70,72	-6,67%
Córdoba	64,93	65,66	1,12%
Granada	69,40	63,02	-9,19%
Huelva	56,22	51,88	-7,72%
Jaén	78,99	74,56	-5,61%
Málaga	62,51	56,82	-9,10%
Sevilla	73,22	68,14	-6,95%
Andalucía	67,50	62,71	-7,10%

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA)



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Número de turistas y cuota de participación de las provincias en el mercado andaluz (2020)

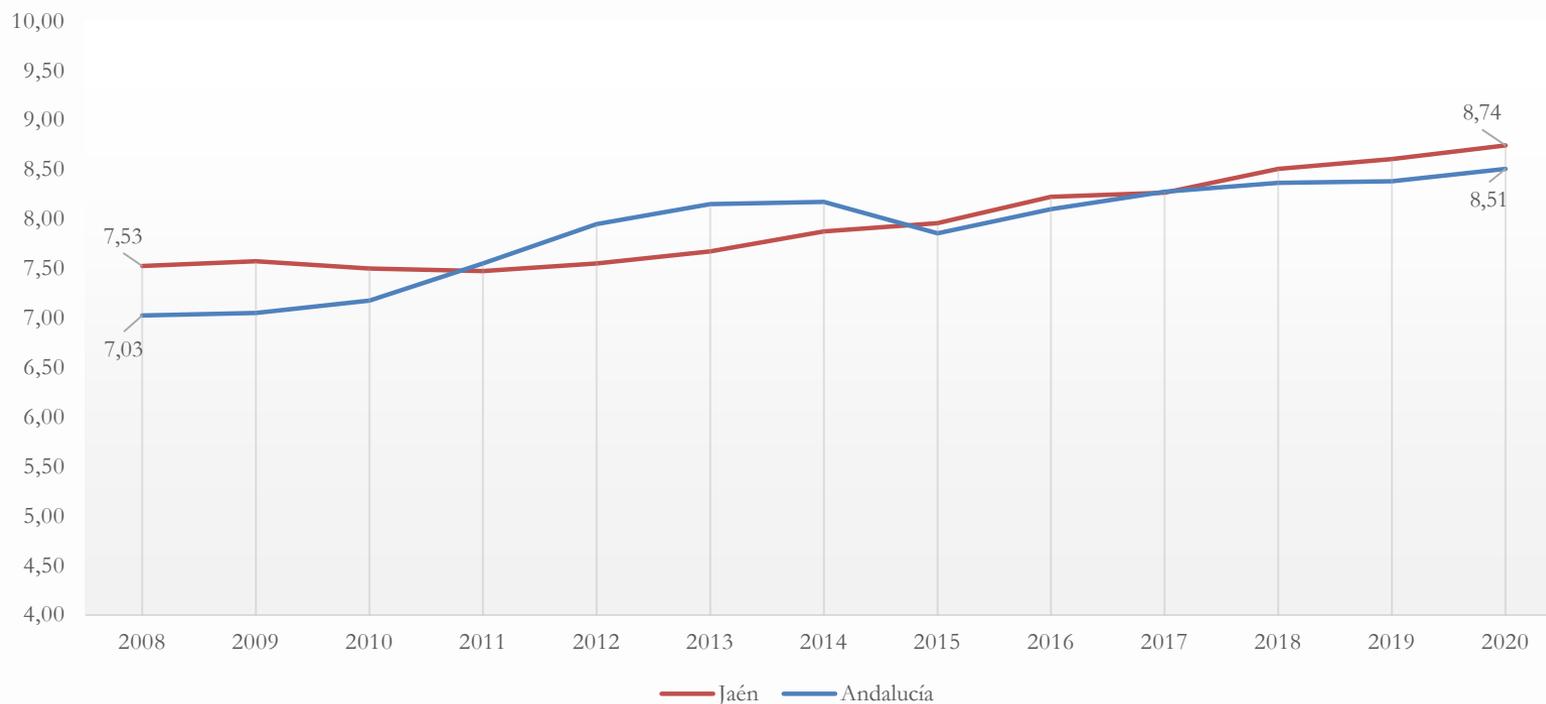
Territorio	% Turistas	Turistas	Variación 20/19 (%)
Almería	8,53	1.039.032	-44,85%
Cádiz	18,86	2.298.298	-38,50%
Córdoba	5,11	622.584	-53,49%
Granada	15,22	1.854.022	-50,48%
Huelva	9,10	1.108.745	-38,62%
Jaén	3,02	368.465	-30,69%
Málaga	28,58	3.482.791	-53,63%
Sevilla	11,58	1.410.755	-54,20%
Andalucía	100,00	12.184.692	-48,44%

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA)



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Calificación de los turistas Índice sintético de percepción

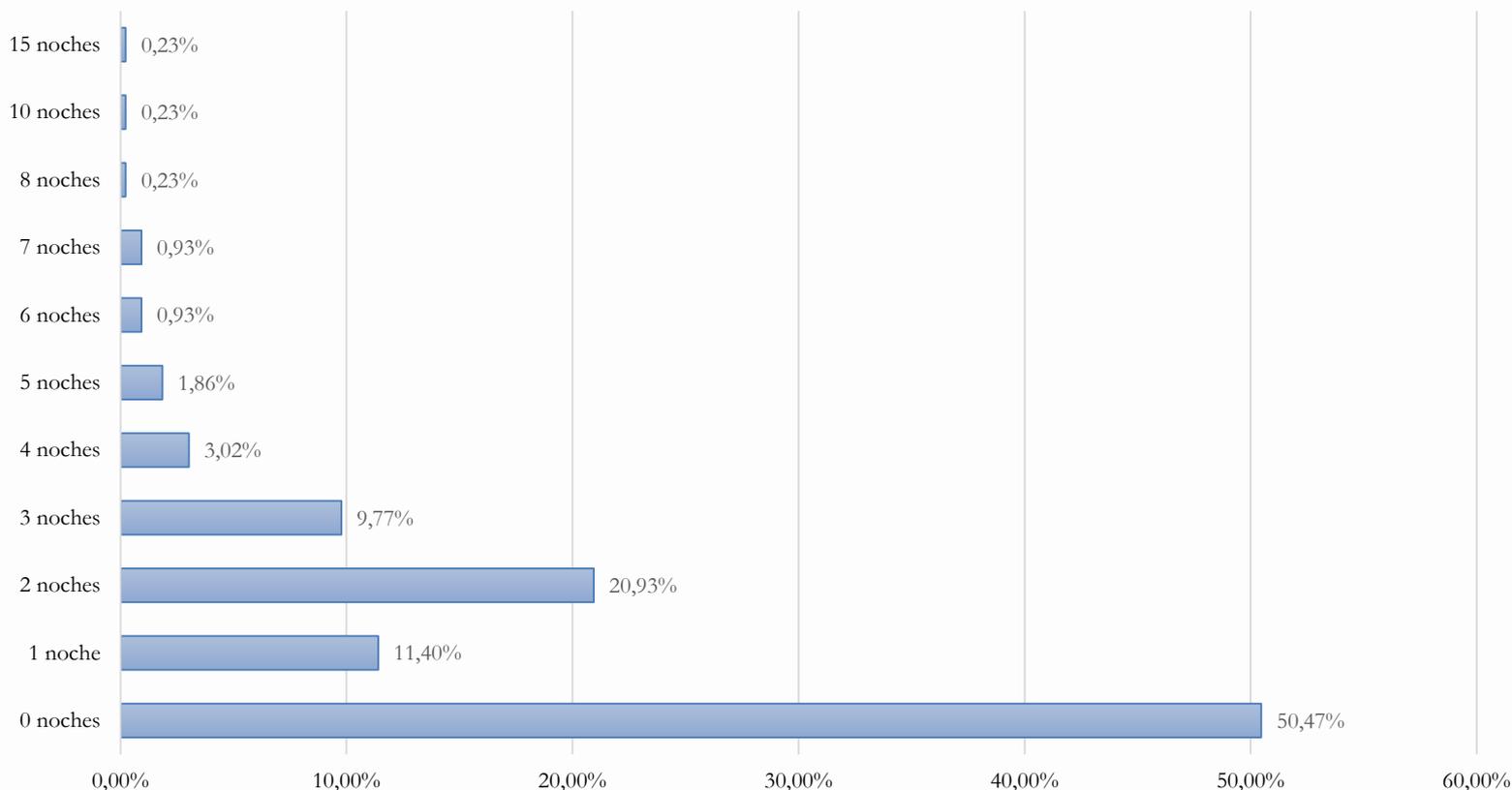


Fuente: Elaboración propia a partir del IECA



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Número de noches que pasará el viajero en la comarca en la que se encuentra en el momento de la encuesta

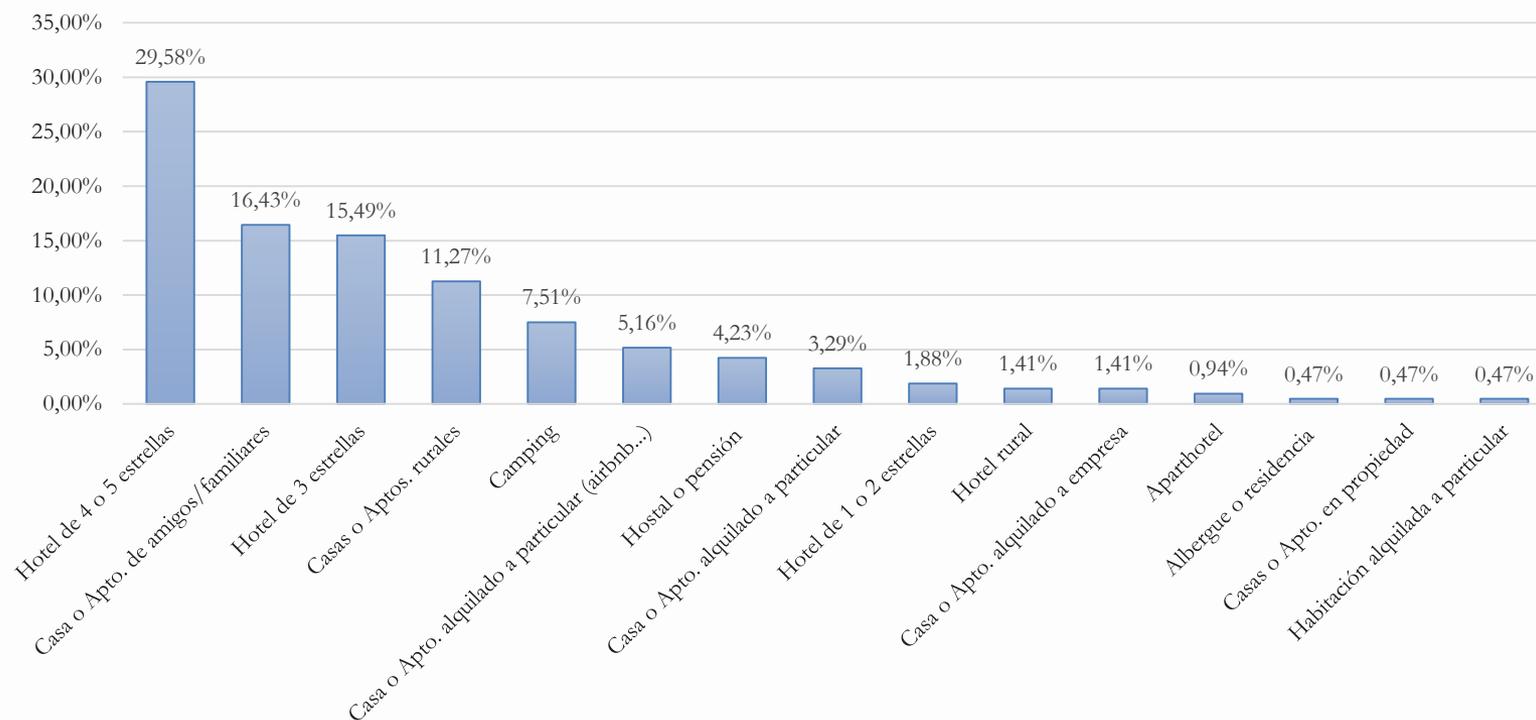


Fuente: Elaboración propia



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Tipo de alojamiento preferido por los viajeros que pernoctan en la provincia de Jaén

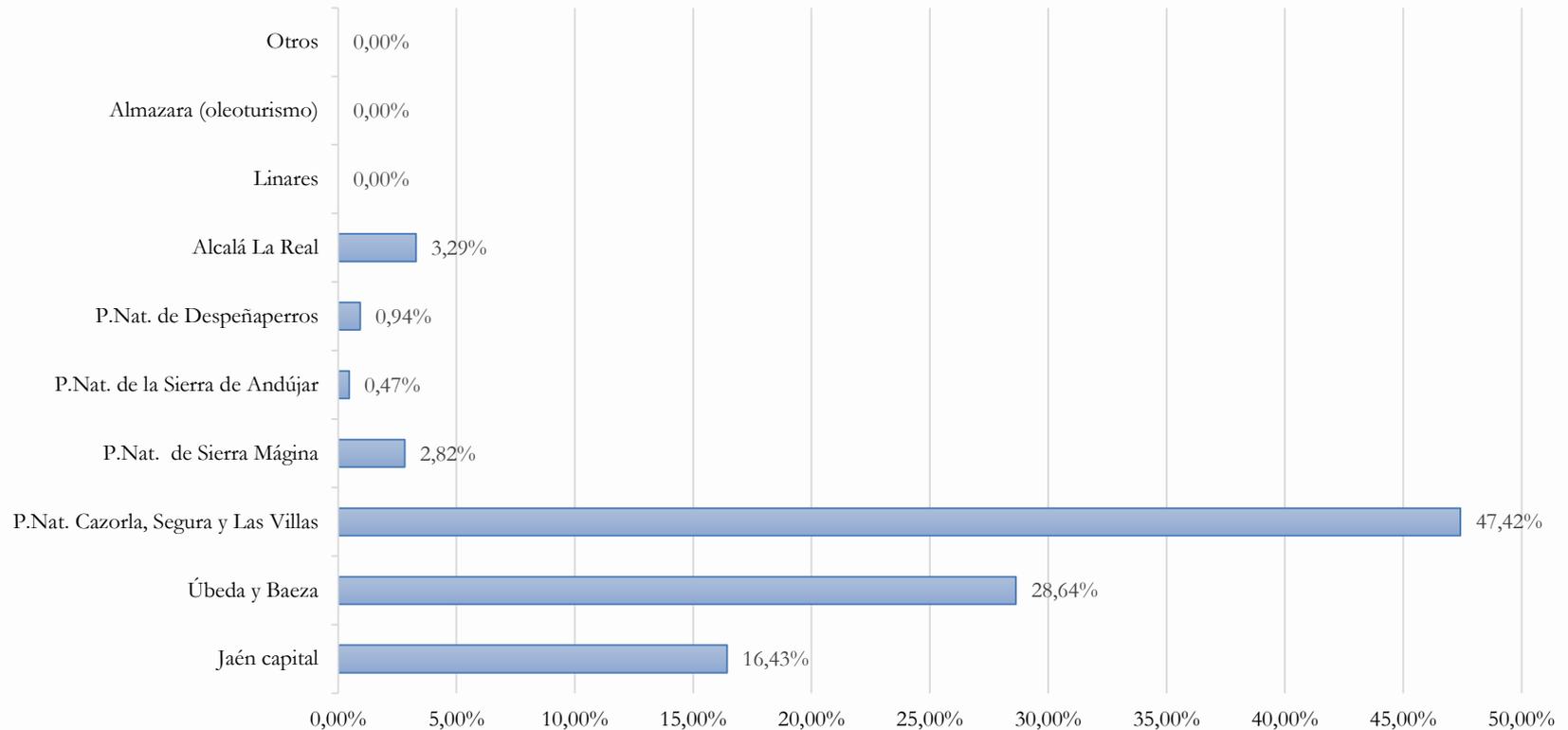


Fuente: Elaboración propia



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Lugares de la provincia de Jaén que ha visitado o pretende visitar sin pernoctar

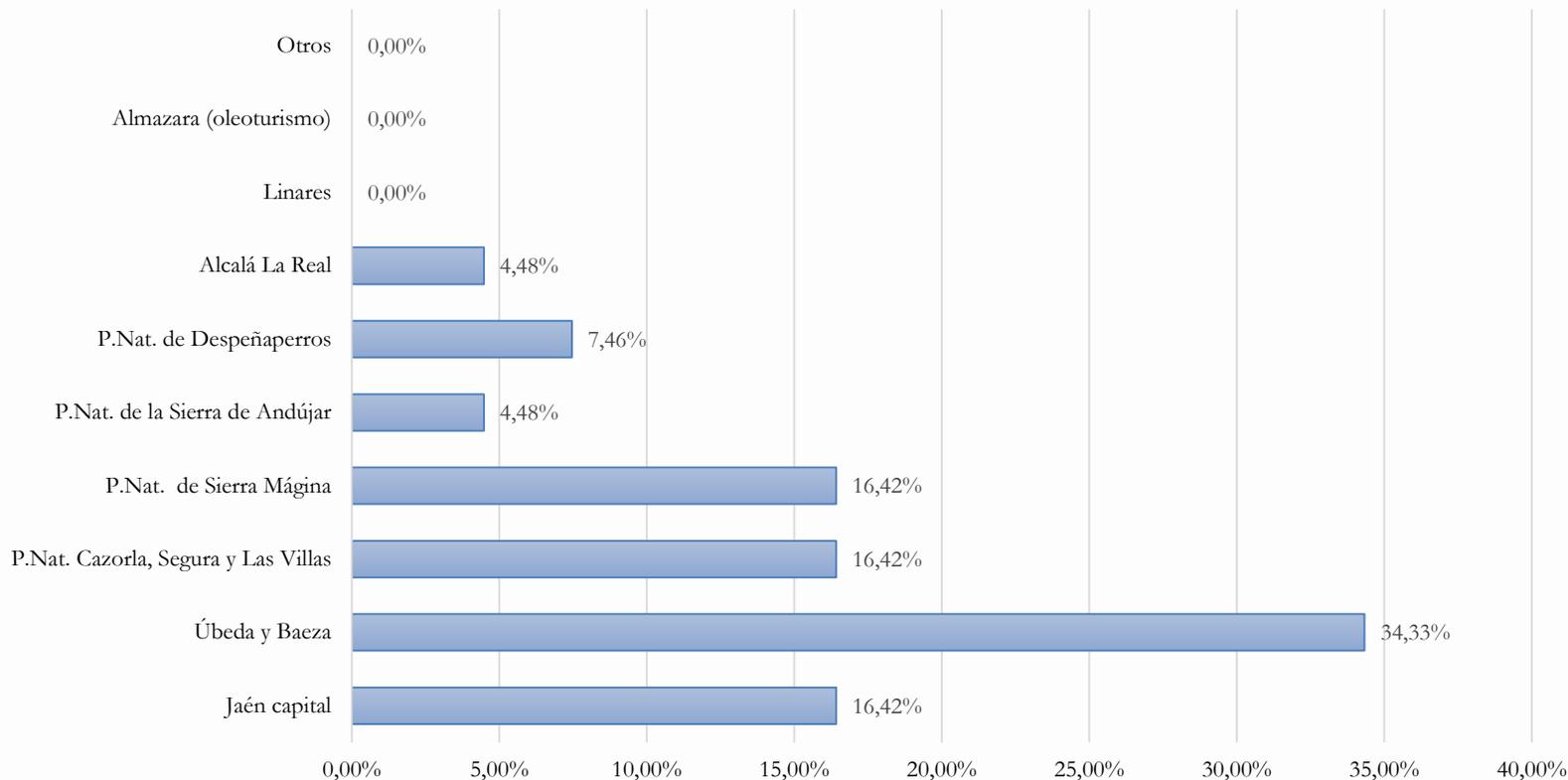


Fuente: Elaboración propia



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Zonas de la provincia de Jaén en las que ha pernoctado o pretende pernoctar aparte de su destino principal

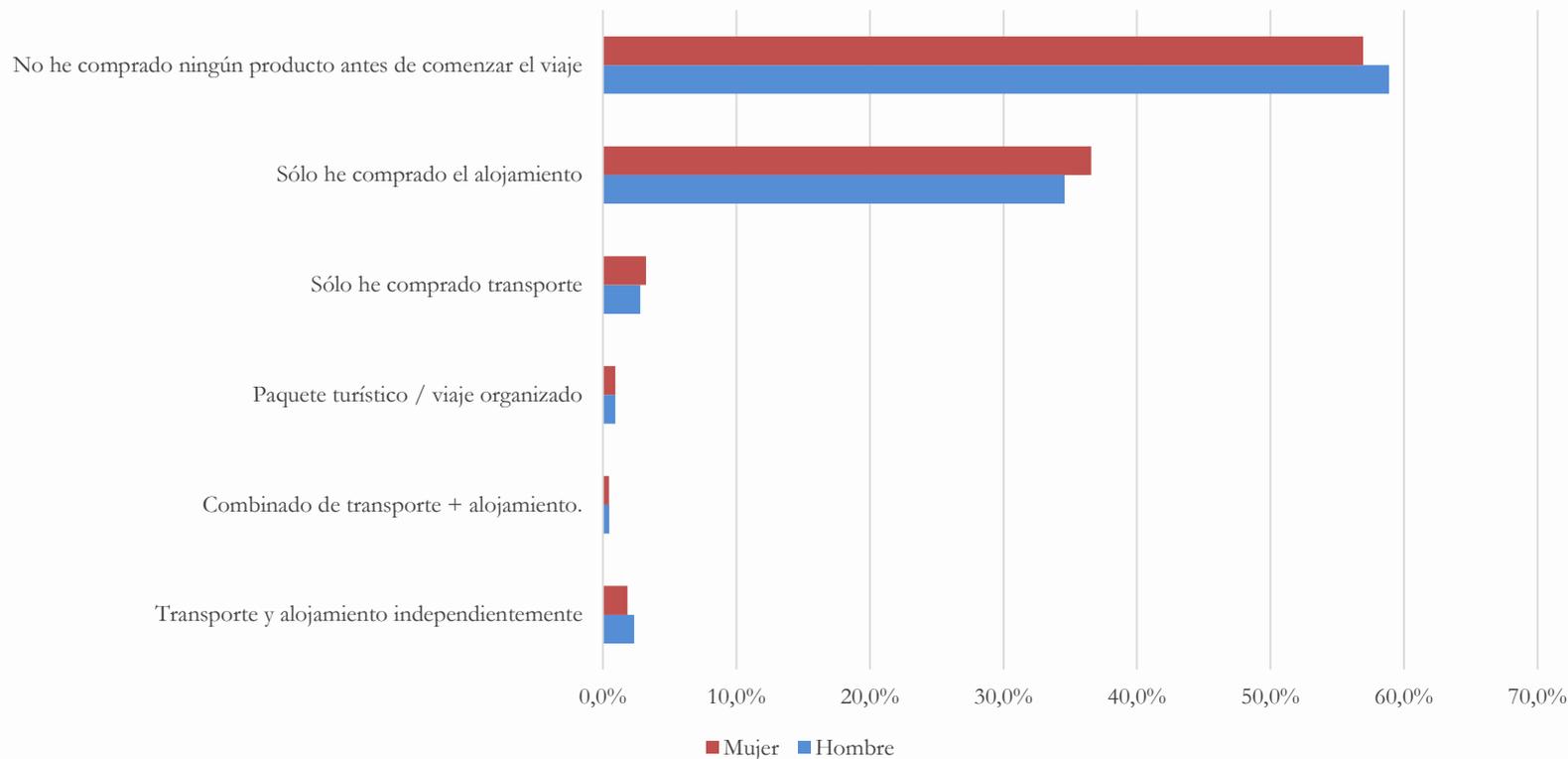


Fuente: Elaboración propia



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Organización de la compra del viaje por género

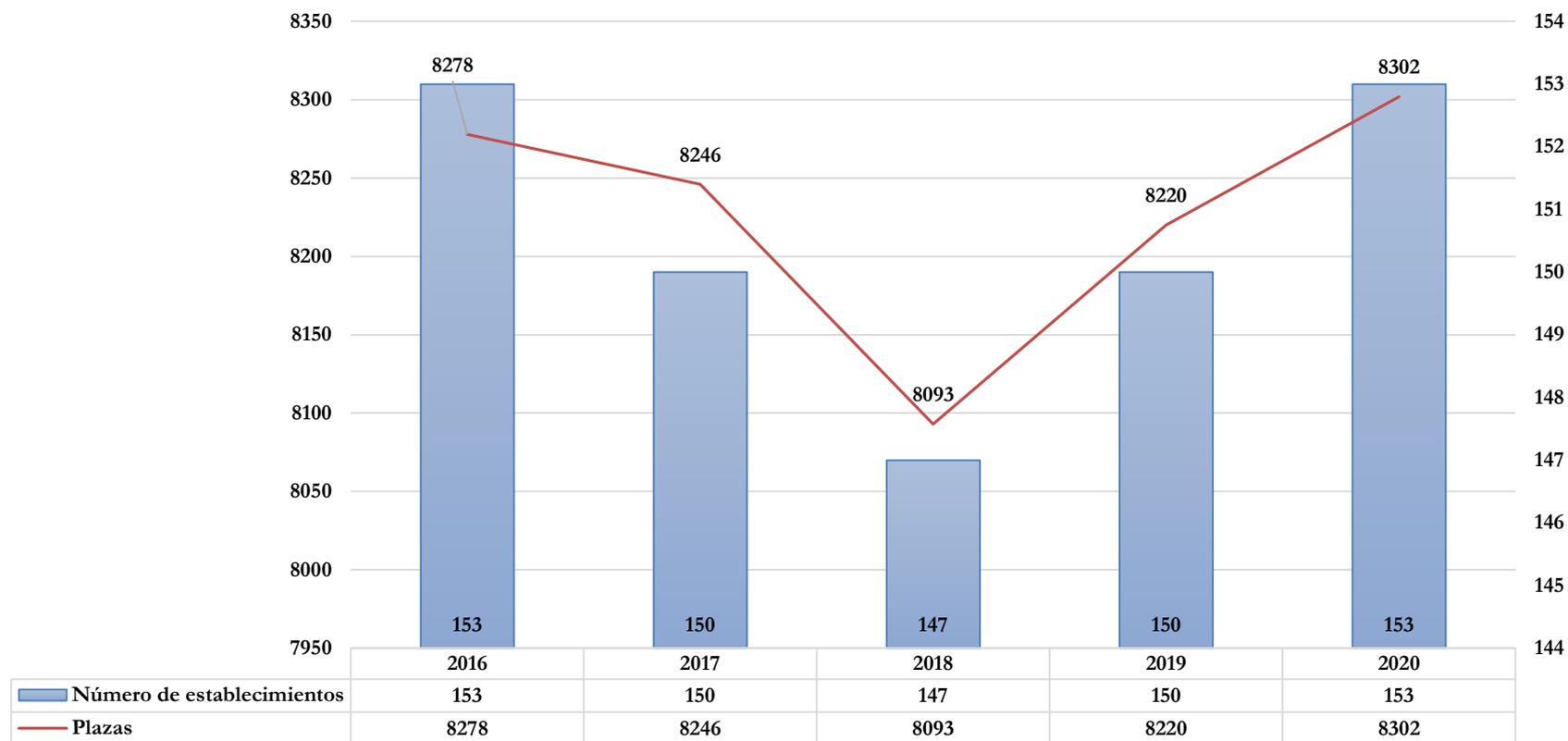


Fuente: Elaboración propia



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Evolución de hoteles y hoteles-apartamento en la provincia de Jaén (2016-2020)

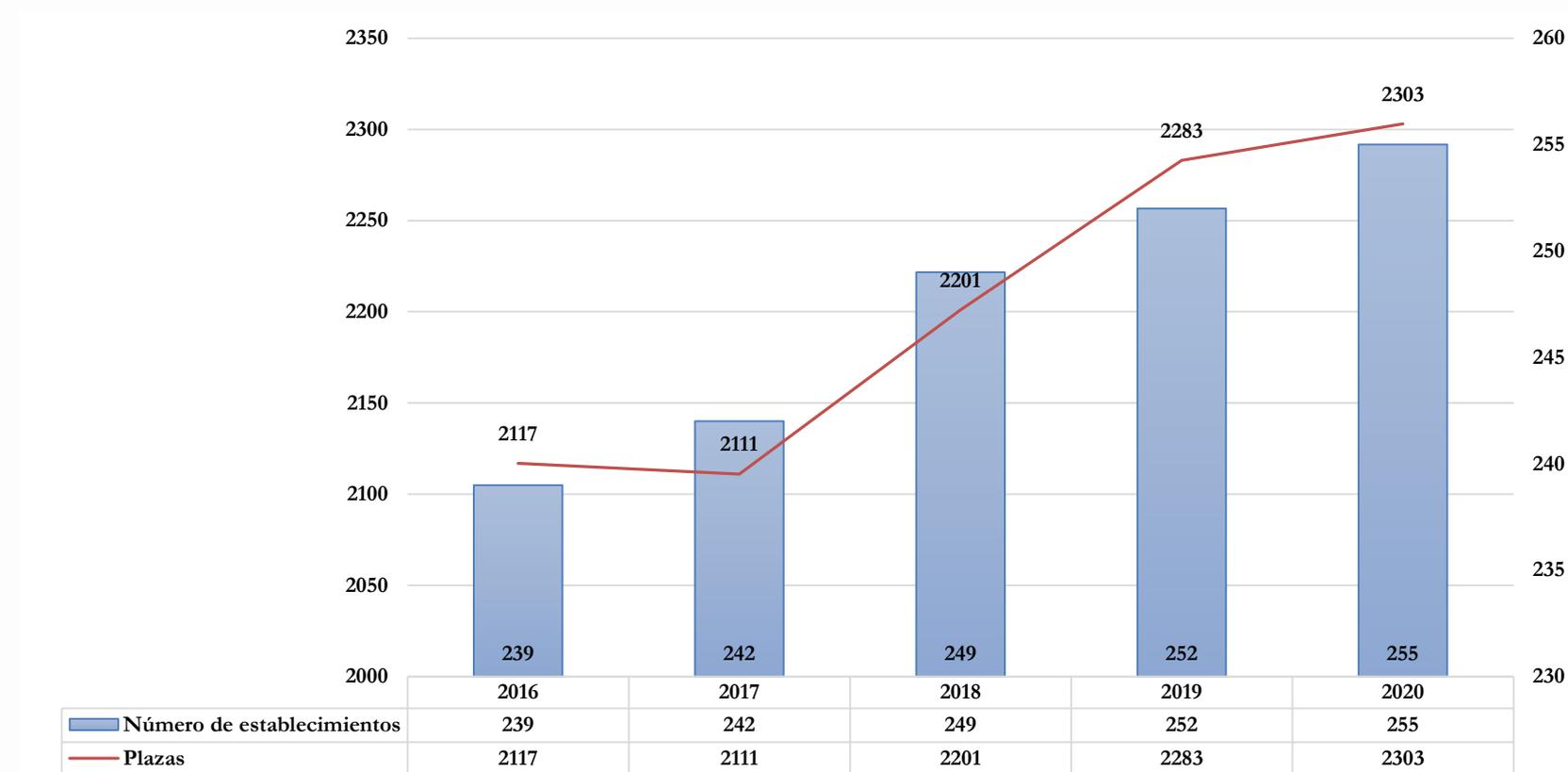


Fuente: Elaboración propia a partir del Registro de Actividades Turísticas de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Evolución de las casas rurales en la provincia de Jaén (2016-2020)

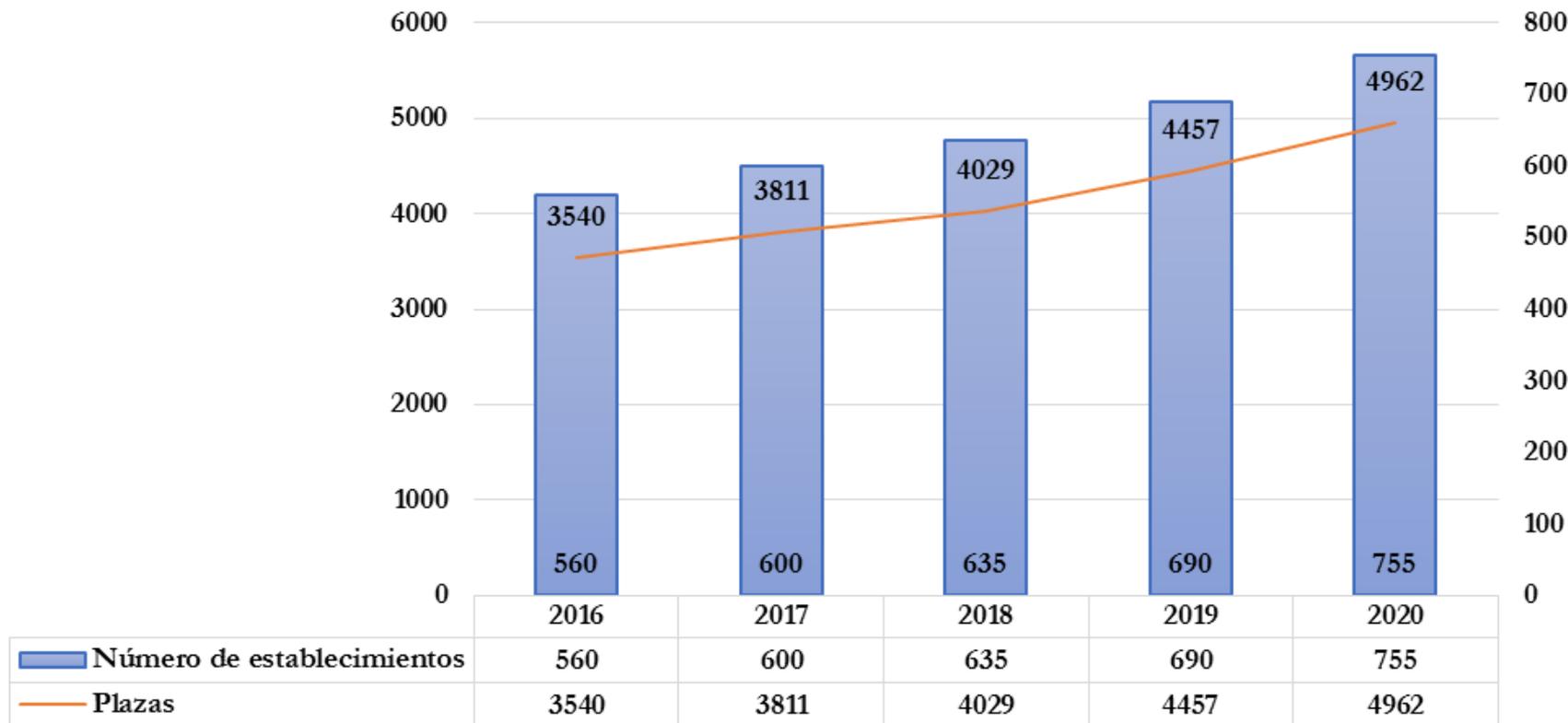


Fuente: Elaboración propia a partir del Registro de Actividades Turísticas de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Evolución de las viviendas turísticas de alojamiento rural en la provincia de Jaén (2016-2020)

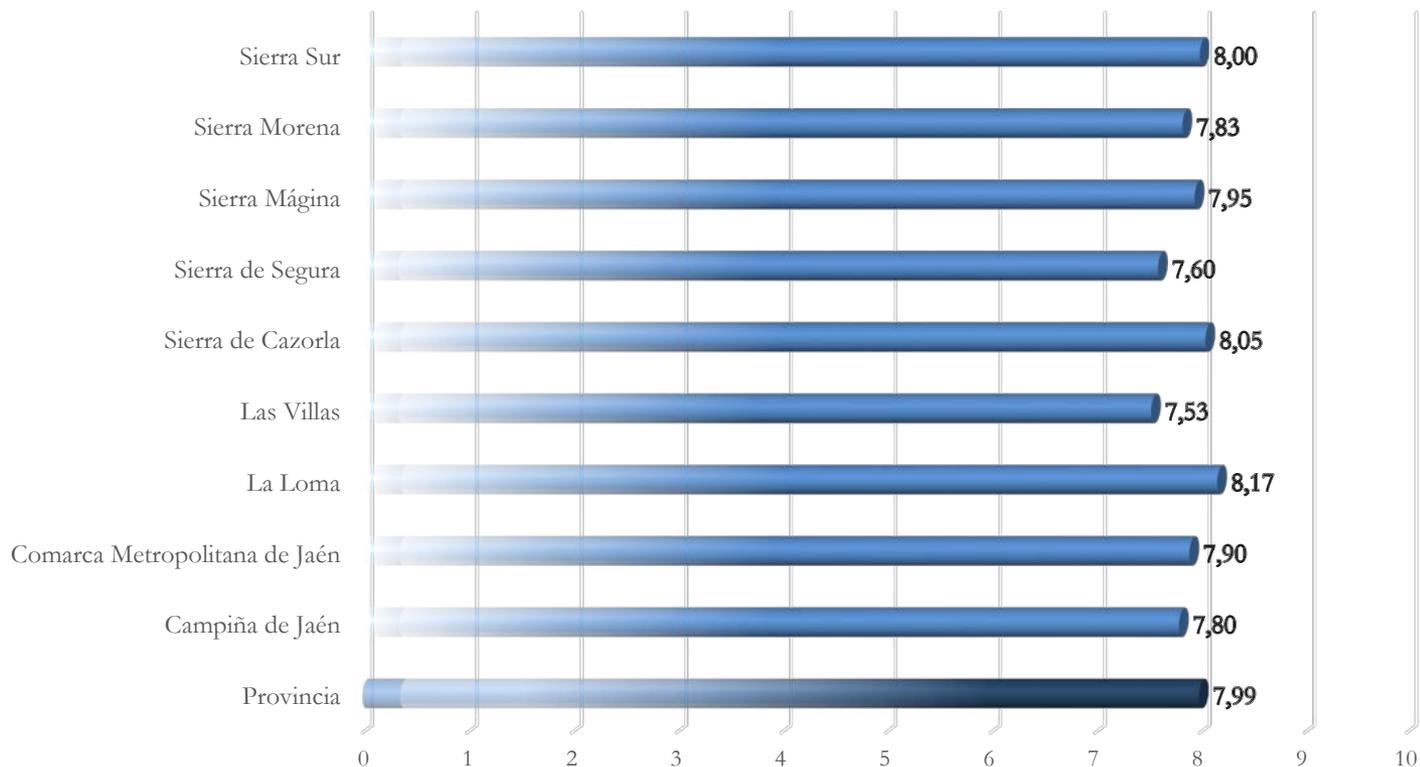


Fuente: Elaboración propia a partir del Registro de Actividades Turísticas de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Reputación online hotelera por comarcas de la provincia de Jaén

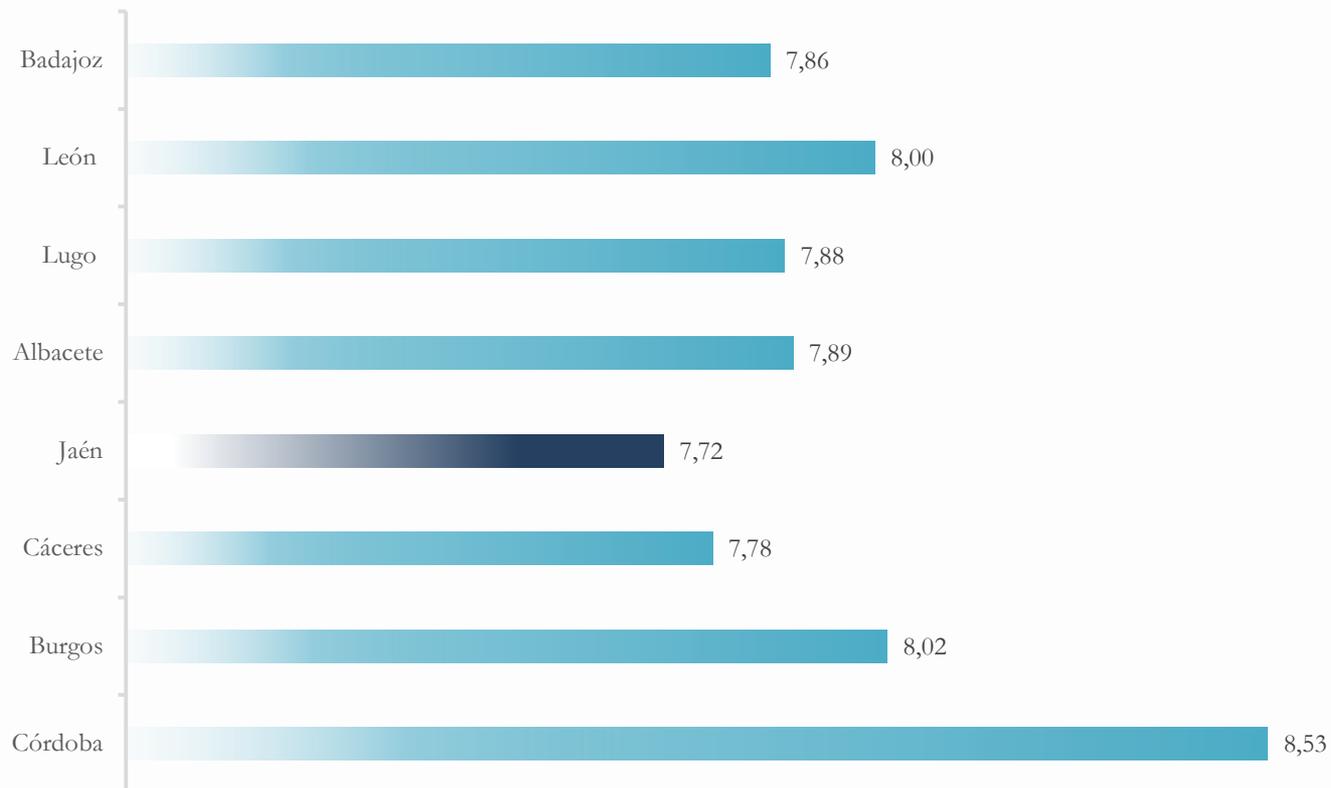


Fuente: Elaboración propia a partir de Trivago



El turismo en Jaén antes de la pandemia

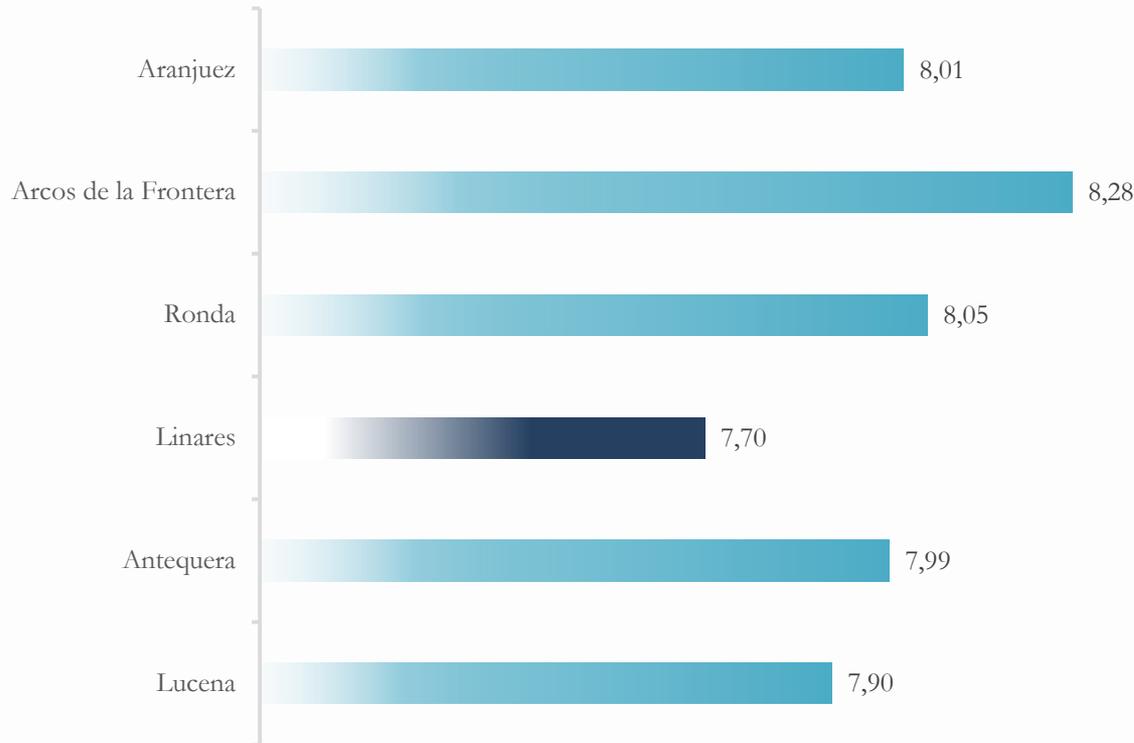
Reputación online de establecimientos hoteleros de las capitales de provincia



Fuente: Elaboración propia a partir de Trivago

El turismo en Jaén antes de la pandemia

Reputación online global de establecimientos hoteleros de las ciudades medias

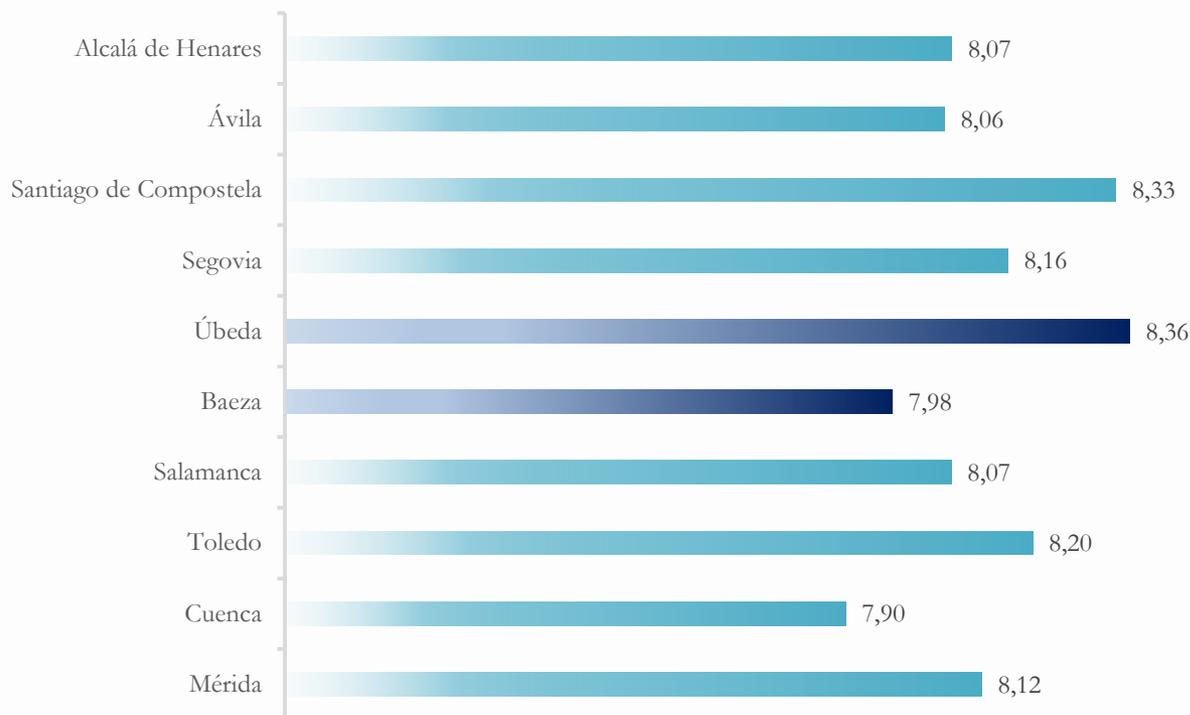


Fuente: Elaboración propia a partir de Trivago



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Reputación online de establecimientos hoteleros de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad

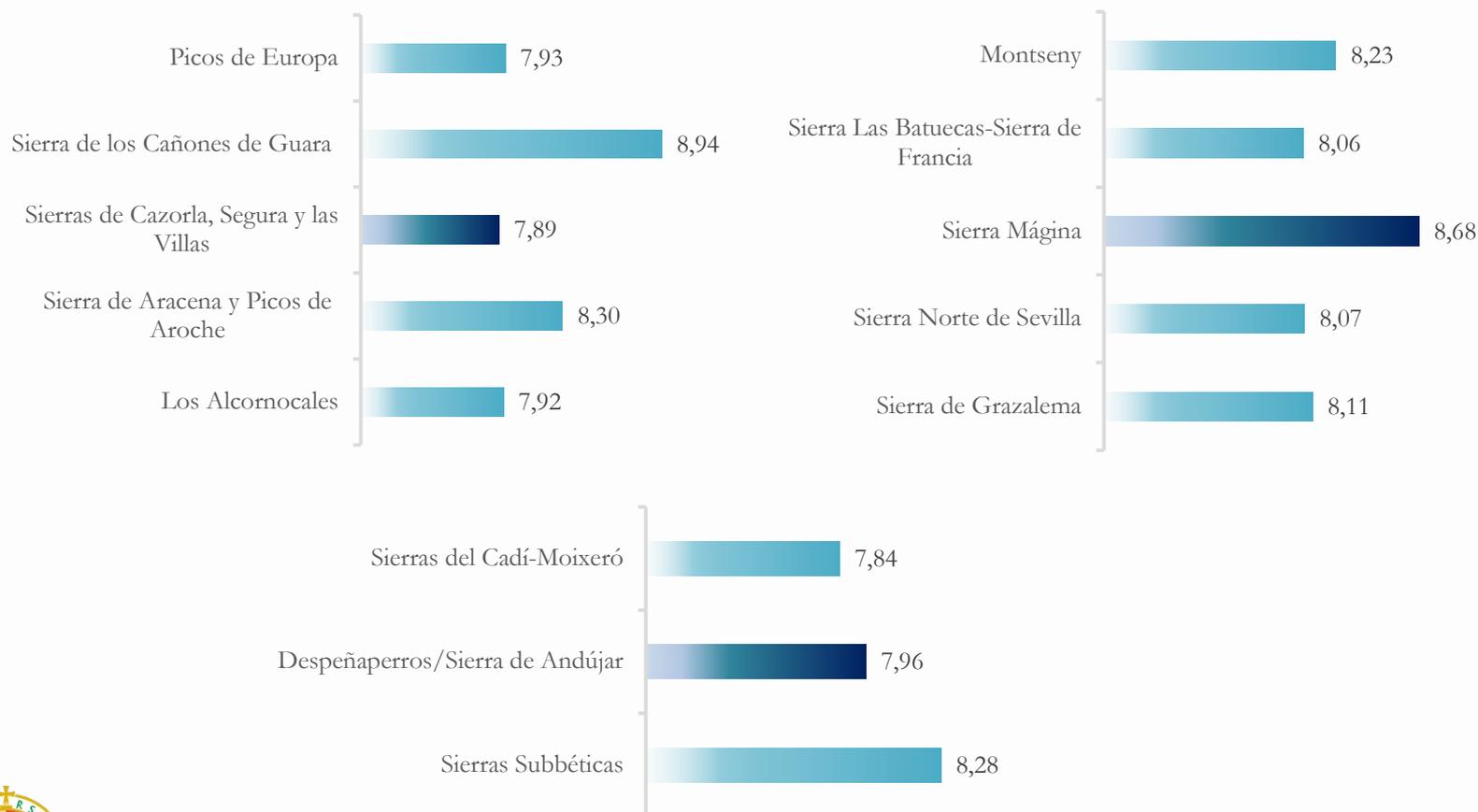


Fuente: Elaboración propia a partir de Trivago



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Reputación online de los establecimientos hoteleros de los espacios naturales protegidos

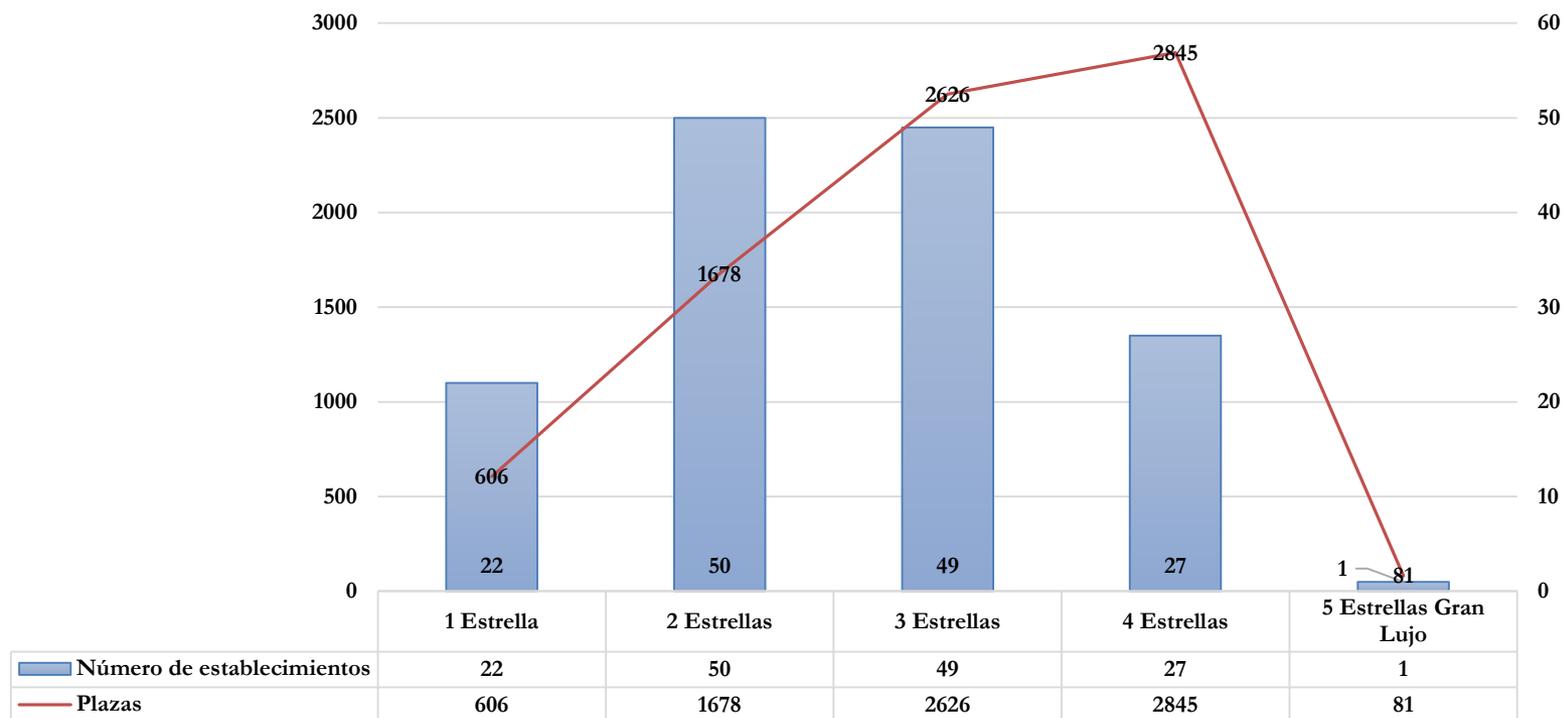


Fuente: Elaboración propia a partir de Trivago



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Número de hoteles por categoría de la provincia de Jaén (2020)

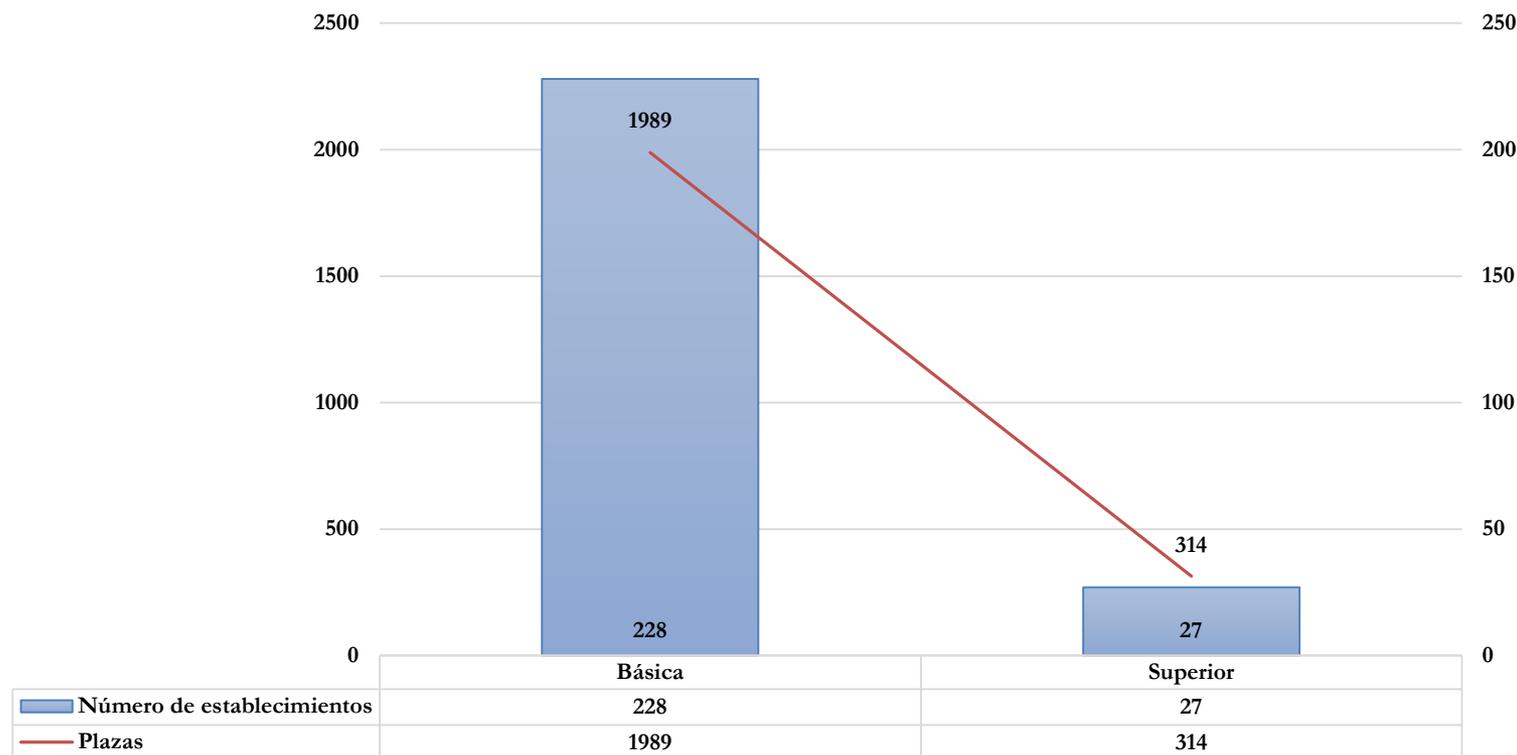


Fuente: Elaboración propia a partir del Registro de Actividades Turísticas de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local



El turismo en Jaén antes de la pandemia

Número de casas rurales por categoría de la provincia de Jaén (2020)



Fuente: Elaboración propia a partir del Registro de Actividades Turísticas de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local





El turismo en Jaén tras la pandemia: algunas tendencias de futuro

6 macrotendencias turísticas

1. Bioseguridad

- 🍷 La seguridad que logremos transmitir a nuestros clientes, será totalmente proporcional a nuestras ventas efectivas.
- 🍷 Desinfección y salubridad.
- 🍷 La oferta deberá de incorporar las medidas tendentes a garantizar la sensación de salubridad, y se necesitarán las indicaciones y ayuda de la administración al respecto.
- 🍷 Certificaciones de “turismo seguro”.
- 🍷 Hay que dar mensajes positivos, dentro de las obligaciones.

6 macrotendencias turísticas

2. Turismo de proximidad

- El mercado local es determinante en la recuperación de este sector, dominado en un 80% de pequeñas y medianas empresas a nivel mundial.
- Habrà una gran competencia entre destinos por captar turismo nacional, aquellos destinos que nunca lo abandonaron en sus políticas de promoción tendrán más ventaja competitiva.
- Los destinos con identidad propia, con elementos diferenciales respecto a la competencia, que garanticen, además de la seguridad, la sostenibilidad natural y cultural serán más competitivos para captar mercado.



6 macrotendencias turísticas

3. La importancia de generar valor al cliente

- Ante el mimetismo en las ofertas turísticas, “value for money”, el turista está dispuesto a pagar por una oferta que le genere valor.
- El resto serán puros commodities (genéricos).
- ¿Cuándo se genera valor al cliente?
 - Se soluciona un problema.
 - Se satisface una necesidad.



6 macrotendencias turísticas

4. La gobernanza como factor estratégico

- Los destinos deberán rediseñar sus estrategias, todas orientadas a mantener la oferta, el empleo. Nueva planificación, nuevo marketing y nueva gobernanza para esta era.
- Es necesario implicar a todos los stakeholders en la gestión del destino turístico. Cooperación y participación de todos ellos en la toma de decisiones públicas y en la adopción de responsabilidades de interés general, lo que da lugar a que exista una interdependencia entre ellos.
- Es muy importante que los gobiernos y las empresas que tienen interés en el desarrollo de la actividad turística admitan que entre ellos hay una dependencia de recursos y que se den cuenta de que el impulso de la actividad turística no puede lograrlo uno por sí



6 macrotendencias turísticas

5. La sostenibilidad como valor diferencial

- Hay una tendencia global hacia el consumo ético y responsable. Existe un creciente volumen de turistas preocupados por el impacto que genera su actividad en los destinos.
- Necesidad de vislumbrar nuevos modelos de desarrollo turístico en los que no prime la cantidad de turistas, sino la calidad de vida de sus habitantes y la calidad de la experiencia turística.
- La naturaleza, la tranquilidad, el mundo rural, respirar aire puro, la paz interior... se convierten hoy en argumentos clave para el posicionamiento de un destino en el mercado.



6 macrotendencias turísticas

6. La transformación digital

- Las empresas turísticas deberán adaptarse para sobrevivir al entorno mobile.
- Conocer gustos e intereses de los turistas para captar su atención y conseguir que repitan (big data, open data).
- Las marcas utilizan las RRSS como herramienta de comunicación.
- Crecimiento de la economía colaborativa.
- Aparición de nuevas apps para planificar y gestionar el viaje.
- Robótica e inteligencia artificial: nuevas formas de relacionarse con los clientes.





**UJA
CEP**
Compromiso
con la estrategia provincial



Universidad de Jaén
Cátedra de Turismo de Interior

Juan Ignacio Pulido Fernández - jjpulido@ujaen.es
Cátedra de Turismo de Interior
Departamento de Economía. Universidad de Jaén