



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Centro de Estudios de Postgrado

PRÁCTICAS PROFESIONALES EN EL ÁREA DE TURISMO Y PATRIMONIO MUNDIAL DEL AYUNTAMIENTO DE ÚBEDA

Alumno/a: **González Vivar, Jesús**

Tutor/a: Pablo Juan Cárdenas García

Dpto.: Economía

Diciembre, 2017



INDICE

Capítulo 1.- Introducción.....	Pág. 4
1.1.- <i>Resumen de las prácticas.....</i>	<i>Pág. 4</i>
1.2.- <i>Métodos empleados durante las prácticas.....</i>	<i>Pág. 4</i>
1.3.- <i>Lugar de prácticas y trabajos desarrollados.....</i>	<i>Pág. 5</i>
1.4.- <i>Relación de los contenidos del Máster con el Trabajo Fin de Máster.....</i>	<i>Pág. 5</i>
1.5.- <i>Objetivos perseguidos.....</i>	<i>Pág. 6</i>
1.6.- <i>Estructura del Trabajo Fin de Máster.....</i>	<i>Pág. 6</i>
Capítulo 2.- Marco teórico.....	Pág. 8
2.1.- <i>Análisis de Coyuntura Turística.....</i>	<i>Pág. 8</i>
2.2.- <i>Gobernanza Turística.....</i>	<i>Pág. 10</i>
2.3.- <i>Ordenación y planificación territorial aplicada al turismo.....</i>	<i>Pág. 12</i>
2.4.- <i>Análisis de Redes Sociales.....</i>	<i>Pág. 14</i>
2.5.- <i>Promoción y Marketing turístico.....</i>	<i>Pág. 15</i>
2.6.- <i>Gestión de los impactos del turismo.....</i>	<i>Pág. 16</i>
Capítulo 3.- Diagnóstico territorial de Úbeda.....	Pág. 19
3.1.- <i>Demografía y poblamiento.....</i>	<i>Pág. 19</i>
3.2.- <i>Principales actividades socioeconómicas.....</i>	<i>Pág. 19</i>
3.3.- <i>Análisis del sector turístico.....</i>	<i>Pág. 20</i>
3.4.- <i>Infraestructuras de acceso.....</i>	<i>Pág. 23</i>
3.5.- <i>Legislación básica sobre turismo en Úbeda.....</i>	<i>Pág. 24</i>



Capítulo 4.- Centros de prácticas.....Pág. 25

4.1.- Oficina de Turismo de Úbeda.....Pág. 25

4.1.1.- Localización de la Oficina de TurismoPág. 26

4.1.2.- Objeto principal de la Oficina de Turismo.....Pág. 27

4.1.3.- Competencias de la Oficina de Turismo.....Pág. 27

4.1.4.- Estructura del equipo de trabajo.....Pág. 28

4.1.5.- Implementación territorial.....Pág. 28

4.2.- Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”Pág. 28

4.2.1.- Localización del Centro de Interpretación.....Pág. 30

4.2.2.- Objeto principal del Centro de Interpretación.....Pág. 30

4.2.3.- Competencias del Centro de Interpretación.....Pág. 31

4.2.4.- Estructura del equipo de trabajo.....Pág. 31

4.2.5.- Implementación territorial.....Pág.31

Capítulo 5.- Trabajo desarrollado en las prácticas.....Pág. 32

5.1.- Información, orientación, asesoramiento turístico vía personal, telefónica o por email.....Pág. 32

5.2.- Realización diaria de encuestas turísticas.....Pág. 34

5.3.- Realización de informes estadísticos.....Pág. 37

5.4- Promoción del Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”Pág. 38

5.5.- Difusión a los turistas de material informativo: mapas o planos turísticos, guías, folletos turísticos, etc.....Pág. 39



5.6.- Actualización de los horarios de museos y monumentos de Úbeda.....	Pág. 41
5.7.- Realización de la programación cultural de Úbeda.....	Pág. 42
5.8.- Colaboración en la realización de informes estadísticos.....	Pág. 43
5.9.- Preparación de material de Merchandising.....	Pág. 45
5.10.- Promoción del Área de Autocaravanas de Úbeda.....	Pág. 47
5.11.- Resultados obtenidos.....	Pág. 48
Capítulo 6.- Conclusiones.....	Pág. 50
6.1.- Objetivos perseguidos.....	Pág. 50
6.2.- Elementos positivos y a mejorar de los centros de prácticas.....	Pág. 51
6.1.1.- Oficina de Turismo de Úbeda.....	Pág. 51
6.2.2.- Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”.....	Pág. 52
Bibliografía.....	Pág. 54
Anexos.....	Pág. 58
Anexo 1.- Informe de visitas de la Oficina de Turismo en el mes de junio de 2017.....	Pág. 59
Anexo 2.- Informe de visitas de la Oficina de Turismo en el mes de julio de 2017.....	Pág. 61
Anexo 3.- Horario de museos y monumentos del mes de julio de 2017.....	Pág. 62
Anexo 4.- Informe sobre el impacto económico. Días 9 y 10 de junio en Úbeda.....	Pág. 64
Anexo 5.- Informe sobre la viabilidad de Declaración de Úbeda como Municipio Turístico de Andalucía.....	Pág. 65
Anexo 6.- Informe de la Oficina de Turismo sobre las XIV Fiestas del Renacimiento.....	Pág. 68
Anexo 7.- Programación cultural del 1 al 15 de julio de 2017.....	Pág. 70
Anexo 8.- Programación cultural del 15 al 31 de julio de 2017.....	Pág. 81
Anexo 9.- Mapa topográfico de Úbeda.....	Pág. 93



Capítulo 1.- Introducción

1.1.- Resumen de las prácticas

La actividad turística es uno de los tres grandes pilares de la economía de Úbeda (junto con la agricultura y el comercio). El desarrollo de las prácticas externas del Máster en Gestión Estratégica Sostenible de Destinos Turísticos ha permitido conocer, in situ, la gestión y planificación turística, además de la promoción de recursos turísticos.

Las prácticas, correspondientes a 8 créditos ECTS (200 horas de duración), posibilitan al alumno a trabajar en dos centros diferentes. En uno de ellos se ofrece información y orientación al turista sobre la ciudad, mientras que, en el otro se encarga de la promoción de un nuevo recurso, aun por desarrollar.

El periodo comprendido a lo largo de las prácticas coincide con la época baja de turismo en Úbeda, permitiendo ver qué errores se producen para que suceda eso. A pesar de ello, se experimenta una comprensión más conveniente de la gestión y planificación de numerosos recursos y actividades culturales (Fiestas del Renacimiento, por ejemplo).

1.2.- Métodos empleados durante las prácticas

Los métodos empleados han sido constantes a lo largo del desarrollo de las prácticas.

Se especificarán en el capítulo 5 “*Trabajo desarrollado en las prácticas*”, las diferentes actividades que se han desarrollado. Todas ellas siguen un patrón de trabajo determinado.

Se trabaja con el paquete office (Microsoft Word y Excel) para el estudio de las encuestas y estadísticas diarias con el fin de recopilar información para los informes pertinentes.

Los métodos de transmisión de información al turista son ofrecidos tanto en español como en inglés, complementados y apoyados por el material existente tanto en la Oficina de Turismo de Úbeda como en el Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”.



1.3.- Lugar de prácticas y trabajos desarrollados

Los centros donde se han desempeñado las prácticas externas han sido dos:

- El primero de ellos, se trata de la Oficina Municipal de Turismo de Úbeda. Es un centro clave para los turistas puesto que se ofrece información, asesoramiento y orientación de la oferta turística de la ciudad, la cual es una de las tareas desarrolladas por el alumno. Además de ello, en este centro se realizan informes mensuales para estudiar la afluencia turística y sus características e informes sobre eventos o acontecimientos relevantes para el turismo en el municipio.
- El segundo de ellos, constituye un recurso joven en la oferta turística de Úbeda. El Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira” proporciona una exposición de fotografías sobre la obra y vida del arquitecto que tanta relevancia tuvo en la historia renacentista de Úbeda. Las tareas desarrolladas en las prácticas se basan en ofrecer información, asesoramiento y orientación al turista sobre el centro, además de su promoción desde la Oficina de Turismo.

1.4.- Relación de los contenidos del Máster con el Trabajo Fin de Máster

El Máster en Gestión Estratégica Sostenible de Destinos Turísticos ofrece un conjunto de conocimientos aplicados a mejorar al alumno en su capacidad de análisis, gestión y planificación de destinos turísticos. Durante el desarrollo de las prácticas, el alumno ha adquirido una formación y una experiencia sobre la gestión de un destino turístico y todo lo que atañe a la misma.

Salvando las diferencias, se han aplicado técnicas vistas en el Máster, como el Análisis de Coyuntura Turística, donde el alumno desarrolla tareas de encuestas y realización de informes que son relevantes para comprobar los déficits o el buen hacer en la gestión y planificación turística.

Otro de los contenidos del Máster que se puede relacionar con lo visto en las prácticas es la aplicación del modelo de gobernanza en la actividad turística.

Por otra parte, en las distintas asignaturas del master se han adquirido conocimientos que han ayudado al alumno a entender sus tareas con la mayor brevedad posible, así como de comprender que hay diferentes perfiles de turistas, diferentes motivaciones en su visita, y diferentes formas de tratos, entre otros.



1.5.- Objetivos perseguidos

- A) Aplicar los conocimientos adquiridos en la parte teórica del Máster a las prácticas desarrolladas en los dos centros.
- B) Conocer la labor de los diferentes actores turísticos de Úbeda (tanto públicos como privados), así como de las relaciones que puedan tener cada uno de ellos dentro del sector turístico de la ciudad.
- C) Conocer y participar en la gestión, comercialización y promoción de recursos turísticos, productos turísticos o destinos turísticos.
- D) Conocer el posible desarrollo de políticas o prácticas que apoyen la sostenibilidad en la actividad turística.

1.6.- Estructura del Trabajo Fin de Máster

La estructura propuesta para el TFM tiene el objetivo de mostrar de forma clara y concisa los resultados de las prácticas externas y lo aprendido durante su desarrollo, a partir de los conocimientos adquiridos en el Máster. Así pues, la estructura es la siguiente.

- *Introducción*: Constituye una parte importante del trabajo, puesto que ayuda a comprender los datos básicos de las prácticas, los cuales serán desarrollados con mayor detalle en los siguientes puntos.
- *Marco teórico*: Se proporciona un repaso teórico a los contenidos del Máster y se relaciona con lo visto en el transcurso de las prácticas.
- *Marco normativo*: Se describen los centros de prácticas, así como los datos más relevantes de las mismas (objetivos, competencias, organigrama, equipo de trabajo, implementación territorial).
- *Trabajo desarrollado en las prácticas*: Se señalan 10 actividades efectuadas durante la estancia de prácticas en ambos centros.
- *Resultados obtenidos*: Se valora el rendimiento en las prácticas y el trabajo realizado en ellas.



- *Conclusiones*: Se ofrece una visión crítica de los elementos positivos y a mejorar, comprobados por el alumno durante el desarrollo de las prácticas.
- *Bibliografía*: Se recoge todo el material informativo necesario para la elaboración de este Trabajo Fin de Máster.
- *Anexos*: Se añade a los contenidos del Trabajo Fin de Master, todos aquellos documentos que se consideran necesarios para demostrar y completar dicho trabajo.



Capítulo 2.- Marco teórico

En el presente apartado se realizará un repaso teórico sobre aquellos contenidos del Máster que se ha podido, de una manera u otra, desarrollar durante el transcurso de las prácticas. Para ello, se expondrán los resultados de la búsqueda bibliográfica sobre los contenidos vistos por ambas partes (Máster y prácticas).

2.1.- Análisis de Coyuntura Turística

Según el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2017), *“la Encuesta de Coyuntura Turística es una operación estadística de carácter trimestral, que ofrece información sobre la demanda turística que se genera en Andalucía, obteniéndose información en tres líneas:*

- 1. Conocimiento del número, distribución y características de los viajeros que se desplazan por Andalucía con fines turísticos;*
- 2. Cuantía y composición del gasto turístico en la región y Motivaciones de los turistas para viajar por el territorio andaluz*
- 3. Opinión que manifiestan sobre la oferta turística y los servicios recibidos durante su estancia”.*

El 6 de mayo del año 2004, el Consejo de Gobierno Andaluz aprueba las Estrategias para Gestión de la Estacionalidad Turística en Andalucía 2014-2020. Este documento es uno de los principales objetivos marcados del Pacto Andaluz por el Turismo (2013).

La Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), es elaborada, trimestralmente, por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), perteneciente a su vez, a la Consejería de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía. Se trata de la fuente empleada para analizar áreas o zonas turísticas de Andalucía. Este documento describe cómo se debe llevar a cabo la Encuesta de Coyuntura Turística en la Comunidad Autónoma. El Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía realiza un muestreo por zonas. La región es dividida en 17 zonas turísticas (desde las zonas litorales hasta las zonas de interior), englobando las 8 provincias (Estrategias para la Gestión de la Estacionalidad Turística en Andalucía 2014-2020).



Como se recoge en el Informe Anual de Turismo de Andalucía (2009), la estructura del Análisis de Coyuntura Turística debe recoger información sobre la oferta y demanda del destino turístico estudiado (el total del número de turistas, pernoctaciones por establecimientos hoteleros, empleo generado por el sector, el tráfico aéreo que se ocasiona, etc.). Todo ello nos proporciona una visión sobre la realidad de la industria turística, puede ayudar a la toma de decisiones y a establecer estrategias de mejora en el sector, además de controlar las variables estudiadas y evitar desequilibrios económicos.

Uno de los objetivos marcados por las Encuestas de Coyuntura Turística es establecer un análisis sobre la demanda turística en un destino en cuestión. Este es el objetivo que más se relaciona con lo que el alumno ha podido trabajar durante sus prácticas.

Entre las variables analizadas para estudiar la demanda del destino se pueden encontrar:

- Datos generales (mes visita, estancia, zona visitada y gasto realizado). Este primer grupo de variables muestra los datos básicos que se recogen tanto en las encuestas turísticas realizadas en la Oficina de Turismo como en las del Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”. Exceptuando el gasto turístico, el cual es estudiado mediante informes gracias a la información proporcionada por los alojamientos turísticos de Úbeda y por los datos proporcionados de la Encuesta de Ocupación Hotelera del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Por lo demás, a todos los turistas que visitan ambos centros se recoge información sobre qué días vienen, cual será la estancia en la ciudad y si pernoctan en ella, y con ello puede dar pie a establecer una idea del gasto realizado por el turista. Mediante la realización de los informes, se pueden efectuar comparativas con informes del mismo periodo de tiempo de años pasados, con el objetivo de ver la tendencia turística en la ciudad.

- Datos sobre el perfil sociodemográfico del turista: Entre las variables más estudiadas y que más importa a la hora de entender la situación turística actual en Úbeda, se encuentran los grupos de edad de los turistas que visitan la Oficina de Turismo, así como la procedencia (nacional o extranjera). En caso del turismo nacional, recoger esta información es clave para ver qué destinos de origen se les ofrece mayor poder de atracción o interés por parte del destino en cuestión (en este caso Úbeda). Las estrategias que puedan establecerse tendrán que adaptarse a los resultados de los análisis que se realicen en la Oficina de Turismo, teniendo en cuenta que, según sean las características de los turistas que visitan la ciudad, las estrategias pueden variar.



Los Análisis de Coyuntura Turística son las herramientas que más se asemejan a la función de las encuestas turísticas que se recopilan en los dos centros de prácticas, aunque con diferencias notorias en cuanto a contenido de análisis y modo de recopilación.

2.2.- Gobernanza Turística

Según la definición ofrecida por la RAE (Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, 2017), se considera al término Gobernanza como *“el arte o manera de gobernar que se propone como objetivo el logro de un desarrollo económico, social e institucional duradero, promoviendo un sano equilibrio entre el Estado, la sociedad civil y el mercado de la economía”*.

Como concepto inicial surge en los años 70. En los años 90, realmente empieza a aplicarse de manera más práctica con eficacia, calidad y buena orientación de la intervención del Estado en busca de su legitimación (Abad, 2010)

Las dimensiones actuales de la Gobernanza, entendida como un modelo territorial son:

A) Paso de las políticas verticales a unas políticas más horizontales.

Las políticas verticales impone el gobierno (de escala predeterminada: nacional, regional o local) hacia abajo (con un sentido jerárquico de arriba a abajo) y las horizontales (parte de la igualdad entre sectores/actores sociales y económicos para acordar la visión del territorio que se pretende conseguir, además de fomentar la participación pública)

Intenta relacionar a todos los agentes sociales (y en este caso turísticos): empresarios de servicios turísticos, ciudadanos (población local), grupos de desarrollo locales (en el caso del Grupo de Desarrollo Rural de la Loma y las Villas), así como otras asociaciones (TUBBA, por ejemplo), entre otros.

B) La participación pública.

Otro de los elementos fundamentales para entender la gobernanza turística es el principio de contar con la población local para la búsqueda del desarrollo de la actividad turística. Al fin y al cabo son los que toleran las repercusiones y los impactos generados por el turismo.



Hay que tener en cuenta que deben tener influencia en las decisiones respecto al establecimiento de estrategias o planes de desarrollo relacionados con el sector, así como de las interrelaciones que deben tener con los demás sectores productivos.

C) El desarrollo económico.

Es uno de los objetivos principales del modelo de Gobernanza. Los diversos actores territoriales (no solo turísticos) deben buscar, de manera conjunta, un desarrollo económico equilibrado y sostenible del territorio (Romero y Farinós, 2011).

En muchos casos, se establecen iniciativas o proyectos recogidos en documentos como la Agenda 21 de Úbeda. Entre los objetivos del documento, se encuentra el de conocer la situación socioeconómica de la ciudad (dónde se encontrará la situación del sector turístico). Hay que destacar que, Úbeda tras ser nombrada Ciudad Patrimonio de la Humanidad en el año 2.003, debe de tener unas estrategias transparentes, coherentes y equilibradas.

El desarrollo económico que busca Úbeda debe ser, como se ha dicho coherente y equilibrado. Después de la fecha de inclusión de Úbeda como figura Patrimonio de la Humanidad, la actividad turística y hotelera supuso un gran dinamismo en la ciudad. Por ello, se ha permitido potenciar y controlar el sector, gracias a la labor de todos los actores territoriales, sin olvidar otras actividades económicas fundamentales en dicho municipio como la agricultura del olivar o el comercio, los cuales tienen gran relevancia en términos económicos para Úbeda (Agenda Local 21 de Úbeda, 2017).

En definitiva, la gobernanza local debe velar por el cumplimiento de desarrollar la actividad turística en Úbeda, sin perjudicar la calidad de vida de la población local, basándose en los principios de la sostenibilidad turística para ello.

Al haber realizado las prácticas en un centro, potestad de un organismo público, se ha comprobado que se pretende seguir con los principios de la Gobernanza. En relación con la gobernanza en el sector turístico.



2.3.- Ordenación y planificación territorial aplicada al turismo

La Ordenación del Territorio es una técnica, intervención o expresión espacial de políticas públicas entendida para conseguir el desarrollo sostenible de una sociedad y de un territorio evitando los desequilibrios territoriales, consiguiendo así un modelo político, social, cultural y económico de carácter multidisciplinar y prospectivo (con vistas al futuro).

La Ordenación del Territorio es competencia de la Comunidad Autónoma de Andalucía, siendo regulada por la Ley 1/1994 de Ordenación del Territorio.

Entre sus objetivos se puede destacar que, busca un orden adecuado para los usos del suelo (en este caso los relacionados con los usos turísticos), se quiere evitar y/o reducir los impactos en el territorio (impactos ambientales, económicos o sociales, etc.), optimizar los recursos del territorio y adecuar las actividades humanas sin perjudicar al medio urbano como la introducción de infraestructuras y equipamientos dotacionales. (Sánchez, 2013).

La Ordenación del Territorio es aplicada a escala regional, subregional o supramunicipal, es decir, entre 1:100.000 y 1:25.000, (escala adecuada para la cartografía). En el caso supramunicipal la OT pasa a ser conocida como “*planificación urbanística*”, y es la encargada de gestionar y planificar la actividad turística a nivel local (Sánchez, 2013).

Gracias a su carácter multidisciplinar, se puede realizar un modelo coherente de planes, con sus respectivos diagnósticos para poder planificar y gestionar, a dicha escala. Los planes son aprobados y aplicados por la administración pública.

Algunos de los planes que pueden ayudar a entender la planificación urbanística y extrapolar sus contenidos a las consecuencias que supone a la actividad turística, pueden ser:

- Plan General de Ordenación Urbana (2001), sigue las directrices marcadas por la LOUA (Ley de Ordenación Urbanística de Andalucía), Ley 7/2002 de 17 de diciembre, cuyo objetivo tiene regular la actividad urbanística y el régimen de usos del suelo. El PGOU es un instrumento de planeamiento general cuyo contenido especifica cómo ha de clasificarse el suelo y se define cómo será la planificación urbana de un espacio determinado, en este caso Úbeda.



- Plan Especial de Protección del Centro Histórico de Úbeda (1989). El PEPCH se trata de un informe en el que se muestran catalogados una serie de edificios que requieren protección en el municipio. La característica principal de este plan consiste en distribuir y clasificar mediante 4 grados de protección jerárquica (siendo 1 el grado más alto y 4 el de menor grado). Entre los grados 1 y 2 se encuentran los recursos patrimoniales más importantes y relevantes del municipio.

Con la entrada del Plan General de Ordenación Urbana (PGOU, aprobado definitivamente en 1997 y refundido en el año 2001), el PEPCH (1989) se ve modificado en cuanto a determinaciones (por ejemplo, en la dotación de aparcamientos en el entorno urbano de estos elementos) (PGOU de Úbeda, 2001 Art. 68. Pág. 60).

Según el PEPCH (1989), refundido del PEPCH (a julio del 2000), se establecen mediante las Ordenanzas 6 y 46 los grados de protección de este catálogo se dividirán en 4 partes, de nivel jerárquico, siendo el 1º grado el de mayor protección y el 4º el de menor protección. Este trabajo se va a centrar, como se ha dicho anteriormente, en los elementos catalogados en 1º y 2º grado. Según el PEPCH, se define a estos como:

- *“Edificios de primer grado: Edificios de gran valor histórico, arquitectónico, y en su caso urbanístico, como elementos ordenadores fundamentales de la trama urbana”.*

- *“Edificios de segundo grado: Edificios que, sin presentar los valores relevantes de los anteriores, poseen sumo interés por su antigüedad, calidad arquitectónica, y representatividad de un estilo, o por poseer una destacada función referencial o estructurante en la trama urbana.”*

(Catálogo de edificios y espacios del Plan Especial de Protección del Centro Histórico de Úbeda, 1989).

De una forma u otra, la incidencia de esta planificación urbanística afecta al sector turístico de Úbeda. El alumno durante su estancia en prácticas ha podido comprobar los resultados que supone esta incidencia.

2.4.- Análisis de Redes Sociales

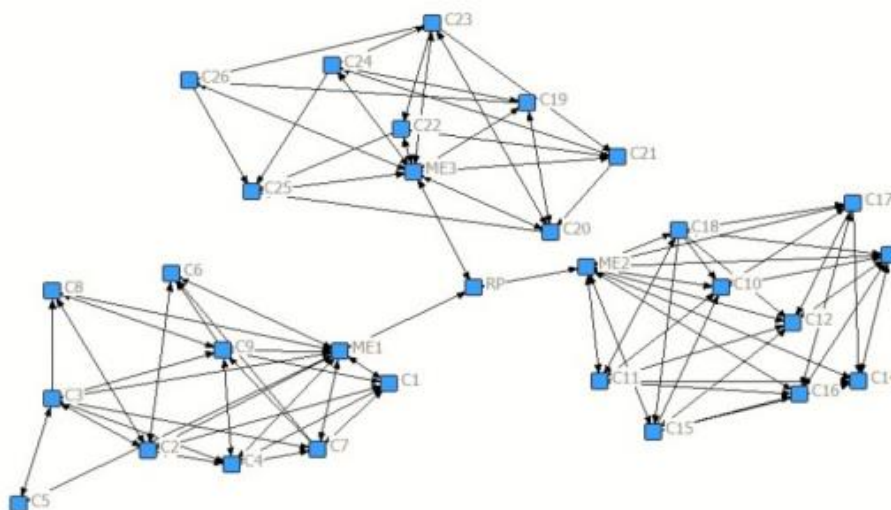
El Análisis de Redes Sociales es una metodología de investigación que sirve para obtener información sobre los actores turísticos de un territorio y sus relaciones (Brand y Gómez, 2006).

A escala municipal, las redes sociales estarán compuestas de nodos y líneas. Los primeros representan los actores turísticos cuya implicación (en este caso turística) es presente en el territorio; mientras que, por otro lado, se encuentran las líneas que marcan las relaciones entre unos actores y otros. Estas relaciones pueden ser unilaterales (si se produce de un actor a otro pero no hay correspondencia por parte del otro) o bilaterales (si ambos actores se relacionan entre sí, y por lo tanto hay correspondencia). Una vez se obtengan todos, el objetivo fundamental es analizar esa red como conjunto, su cohesión, la centralidad de los nodos y establecer los enlaces existentes (Marqués, González, Agra, Vega, Pinto y Quiroga, 2013).

El ARS es herramienta cuya metodología es similar sea cual sea el sector del que se trata, es decir, se sigue el mismo procedimiento ya sea para estudiar un caso práctico de red de actores turísticos o un caso práctico de red de actores sanitarios.

Para una mejor visualización de lo aquí nombrado, se muestra el siguiente gráfico. En color azul, se pueden diferenciar los actores de la red, mientras que las líneas negras marcan con una punta la relación existente entre los actores. Se diferencian tres grandes grupos, los cuales solo tienen relaciones internas, pero todos coinciden al tener relación con un actor central (RP).

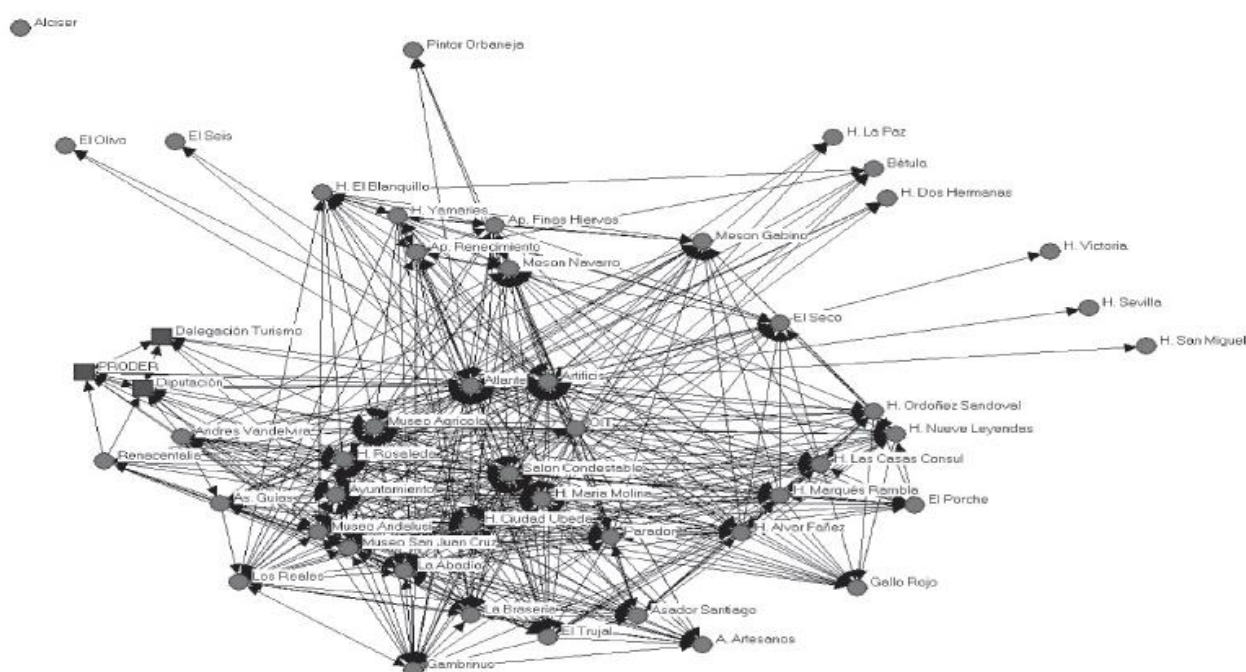
Gráfico 1: *Ejemplo de los elementos Análisis de Redes Sociales.*



Fuente: Leónidas (2011).

En el caso estudiado por Rafael Merinero y Juan Ignacio Pulido en el artículo “*Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos*” (2009), se puede observar la red de actores turísticos de Úbeda, la cual está conformada por actores heterogéneos, pudiendo encontrar una situación de multiliderazgo, la Oficina de Turismo, y dos empresas de servicios turísticos (Artificis y Atlante), así como actores relacionados con la hostelería, con la restauración, con el Ayuntamiento de Úbeda, con la Diputación de Jaén, las demás empresas de servicios turísticos, entre otros.

Gráfico 2: *Análisis de Redes del sector turístico de Úbeda.*



Fuente: Merinero y Pulido (2009).

Al igual que los contenidos anteriormente explicados, el alumno ha podido comprobar cómo se plasma este gráfico en la realidad turística actual de Úbeda, corroborando que, la Oficina de Turismo es uno de los actores principales del sector.

2.5.- Promoción y Marketing Turístico

La actividad de promoción conforma una de las actividades de naturaleza turística que define la OMT (Organización Mundial del Turismo). La promoción forma parte del ciclo productivo de la actividad turística. En este sentido, los planes de marketing y promoción son vitales a la hora de que el turista elija el destino, debido a que hay que saber posicionarse y vender



óptimamente la oferta turística con el objetivo de motivar al turista en un mercado turístico tan competitivo (Pulido, 2013).

El Marketing, por su parte, se concibe como la relación de intercambio, que sea satisfactoria entre ambas partes (parte encargada de su promoción y turista), con el objetivo de desarrollar, valorar, distribuir y promocionar bienes o servicios que el turista pueda necesitar o demandar. (Martín et al, 1998).

Por medio de la promoción y del marketing se transmiten ideas y una imagen final a los turistas sobre un producto o destino turístico. Para conseguirlo, la publicidad, así como otros métodos como folletos turísticos, agencias de viaje, televisión, radio, periódicos, y sobre todo Internet, ayudan a posicionar a dicho producto o destino.

La promoción o las estrategias de marketing, pueden ser desarrolladas tanto por el sector público como por el sector privado, siendo el segundo un sector creciente en este sentido. Si bien es cierto, que en Úbeda puede ser la Oficina de Turismo, la entidad perteneciente al sector público con mayor implicación en temas de promoción y marketing turístico; aquel sector que está teniendo más incidencia es el privado, constituido por las diferentes empresas de servicios turísticos.

Actualmente, el competitivo mercado turístico no se entiende sin esta actividad. Todo destino que busque su lugar debe tener una fuerte promoción. En el caso de Úbeda, puede entenderse como un destino consolidado, pero aun así se sigue trabajando por mejorar los canales de promoción y las estrategias de marketing turístico, con el fin de mejorar y potenciar su propia oferta turística, hecho que se ha podido constatar durante la estancia en prácticas.

2.6.- Gestión de los impactos del turismo

Según el Informe de la Comisión de Brundtland (1987), se define como desarrollo sostenible como “*aquel desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades*”. Este paradigma consta de 4 dimensiones, las cuales deben estar interconectadas entre sí. Estas son: la dimensión social, la dimensión económica, la dimensión ambiental, y se puede añadir una cuarta: la dimensión cultural (UNESCO, 2017).

La Sostenibilidad es uno de los conceptos clave del Máster, el cual debe aplicarse a todos los conocimientos adquiridos durante el mismo. Para proceder a su consecución, entre otras prácticas, se encuentra evitar generar impactos con la actividad turística.

El turismo puede generar impactos de diversa índole (tanto positivos como negativos). Mediante la gestión, ordenación y planificación del territorio/destino, deben regularse estos impactos, potenciando los que sean de carácter positivo y reduciendo o eliminando los negativos.

Teniendo en cuenta los contenidos sobre este tema, algunos de los impactos más relevantes en el sector turístico de Úbeda pueden ser:

Tabla 1: *Impactos generados por el turismo en Úbeda.*

	IMPACTOS POSITIVOS	IMPACTOS NEGATIVOS
IMPACTOS ECONÓMICOS	Contribución a la economía local. El turismo genera ingresos en establecimientos como la hostelería, la restauración, entre otros.	El turismo puede generar costes derivados de las fluctuaciones de la demanda turística. En fechas importantes como en Semana Santa, los precios pueden aumentar. Sin embargo, el alumno al haber estado en periodo estival (menos afluencia turística) experimenta campañas de promoción para atraer turistas mediante la reducción de precios.
	Creación de empleo: Sobre todo en épocas donde hay una alta afluencia de turismo (Semana Santa o eventos determinados, por ejemplo)	Inflación: Se le conoce como tal, a la subida generalizada de los precios. Los precios que se incrementen en hoteles, restaurantes, etc., también repercuten en la población local.
	Conforma uno de los motores principales para la actividad empresarial en el municipio. Ya no solo las empresas dedicadas al sector turístico se ven beneficiadas, sino las relacionadas con el sector comercio, por ejemplo.	Distorsiones en la economía local, las cuales deben ser evitadas mediante una gestión, ordenación y planificación adecuada de los recursos turísticos del destino
IMPACTOS SOCIALES	Mejora de infraestructuras (construcción de autovías de acceso), señalización (mejora en la señalización turística), alumbrado del centro histórico, etc.	Calidad de vida un poco inferior en las zonas del casco histórico, que sienten como el espacio puede verse masificado en ciertos eventos del año.



	Refuerzo y recuperación a las tradiciones culturales y costumbres, así como a la potenciación de actividades artesanales como la cerámica o la forja.	
	Incremento de la calidad de vida general de la población local. Relacionándolo con los impactos económicos, gracias a la diversificación de la economía por la cual apuesta la administración local, se puede permitir a la economía local el ingreso de diferentes fuentes (agricultura, turismo, comercio, etc.).	
IMPACTOS AMBIENTALES	El turismo es una de las actividades que ha ayudado a crear una conciencia de protección ambiental en la población local de Úbeda en los últimos años.	Faltan espacios verdes, en diversas zonas del casco antiguo. Esto daría una sensación de calidad ambiental al turista.
	Los turistas demandan un entorno urbano de calidad, a lo que se compromete conseguir la administración local mediante su gestión o creación de planes estratégicos.	

Fuente: Elaboración propia a partir de Flores, Gascón y Correia (2013).



Capítulo 3.- Diagnóstico territorial de Úbeda

3.1.- Demografía y poblamiento

Según datos del Padrón Municipal de habitantes del Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía, se ha estimado la población en 34.835 habitantes (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Padrón Municipal de Habitantes, 2016).

Dentro del total de población, hay que considerar los que residen en la cabecera municipal del término de Úbeda y los que residen en municipios diseminados a él. En relación a su población diseminada (6 municipios), está asciende a 292 habitantes, mientras que en su cabecera municipal la población es de 34.543 (99 % del total). (Nomenclátor: Población del Padrón Continuo por Unidad Poblacional a 1 de enero del 2016.)

3.2.- Principales actividades socioeconómicas

Úbeda es un municipio que busca diversificar su economía, evitando centrar su total atención en una actividad productiva en concreto.

Como uno de los nodos más importantes en la provincia de Jaén, es de vital importancia que esto se consiga. A pesar de que, en el año 2003 fuera declarada Ciudad Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, su preocupación no ha sido solamente la actividad turística, sino en buscar un equilibrio socioeconómico entre los tres grandes sectores de la economía.

Por un lado, tiene gran importancia la actividad agraria. Jaén como principal productor mundial de aceite de oliva (esencia del olivo, 2017), encuentra en Úbeda un gran apoyo tanto en producción como en términos económicos. Según datos de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, para el año 2014, el término municipal de Úbeda contaba con 30.656 hectáreas de olivar (tanto de secano como de regadío), siendo su principal cultivo.

Gracias a su óptima localización geográfica (centro de la provincia) y a que eso conlleva ser un nodo de paso por autovía, además de contar con servicios que afectan administrativamente a gran parte del sector noreste de la provincia (hospital, juzgados, etc.), se ha podido desarrollar la actividad comercial como una de las principales del municipio. Según el Instituto de



Estadística y Cartografía de Andalucía. Directorio de establecimientos con actividad económica en Andalucía, para el año 2015, el número de establecimientos dedicados al comercio es de 943.

Otra gran actividad económica es el turismo, que junto con las dos anteriores, constituye el tridente económico en Úbeda. Úbeda es uno de los municipios con más influencia de visitantes en la provincia de Jaén y conforma una de las principales ciudades medias de Andalucía. Anualmente, esta influencia de visitantes se estima de 69.293 turistas, pernoctando un total de 115.366 noches (siendo su estancia media de 1,7 noches) (Encuesta de Ocupación Hotelera, 2016).

Las diferentes administraciones y agentes públicos y privados apuestan por diversificar el sector turístico. A nivel general, como tipología turística que más motivación proporciona al visitante es la del turismo cultural-patrimonial, pero gracias a diversas iniciativas público/privadas, se especifican diversas tipologías complementarias (turismo gastronómico, oleoturismo o turismo de negocios). De hecho, hay un fuerte crecimiento en las dos últimas tipologías que está cambiando la dinámica del sector, constituyendo éstas como las motivaciones principales para ciertos segmentos de turistas.

Estas son las tres actividades económicas fundamentales del municipio de Úbeda, pero hay que hacer mención especial a otras de menor consideración (en términos económicos), pero con importancia cultural (por ejemplo la artesanía o la ganadería ovina).

3.3.- Análisis del sector turístico

Como infraestructura turística básica se destacan (Turismo de Úbeda, 2017):

- Oficina Municipal de Turismo: Se trata de uno de los centros donde se han desarrollado las prácticas. (Véase punto 3.1 del capítulo 3)
- Alojamientos: El Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, en base al contenido del Registro de Turismo de Andalucía de la Consejería de Turismo y Deporte clasifica para el año 2016 un total de 14 hoteles, 6 hostales o pensiones, 3 casas rurales y 6 apartamentos turísticos.

Las plazas en hoteles se cuantifican según este registro de 763 para hoteles y de 112 para pensiones u hostales. El grado de ocupación hotelera por plazas es de 38.04%, aumentando



levemente a 40.26 en grado de ocupación por habitaciones. En fin de semana, la cifra aumenta a poco más del 54% (Encuesta de Ocupación Hotelera, 2017). Son datos lejanos a los grandes focos turísticos de Andalucía, por lo que habrá que implementar políticas turísticas que ayuden a evitar la fuerte estacionalidad existente en la actividad turística de Úbeda. A pesar de ello, estos datos no recogen a aquellos turistas de paso o las personas que visitan por un día el municipio (excursionistas). También hay que entender los datos junto con los de Baeza, ya que el desarrollo turístico se entiende de forma conjunta. Muchos de los visitantes en la Oficina de Turismo, al ser preguntados por su pernoctación, alegaron alojarse en Baeza.

Actualmente, según la categoría de hoteles se pueden encontrar:

- 1 hotel de cinco estrellas.
- 3 hoteles de cuatro estrellas.
- 4 hoteles de tres estrellas.
- 5 hoteles de dos estrellas.
- 1 hotel de una estrella.

Entre ellos, destaca el HOTEL PALACIO DE ÚBEDA de 5 estrellas, que es el único de tal categoría en la provincia de Jaén. Se caracteriza por ser un hotel de lujo que se basa en un segmento de cliente con renta alta. Es el enclave principal para entender el desarrollo del turismo de negocio en Úbeda. El hotel abrió sus puertas en el año 2015, gestionado por la empresa MS Hoteles. Entre sus instalaciones cuenta con 38 habitaciones (81 plazas), creación de eventos (desde eventos de negocios hasta bodas o comuniones), termas, piscina, tratamientos diversos, además de un servicio de restauración basado en la exclusividad, el lujo y la gastronomía local.

Se entiende que la situación actual de este hotel en el entorno urbano, en un edificio de categoría BIC (Bien de Interés Cultural), puede ser la antesala del desarrollo turístico de un segmento específico de turista (por ejemplo, turista de negocios), y por ende, la diversificación de la oferta turística

- Museos, Centros de Interpretación y monumentos:

El Ayuntamiento de Úbeda enumera una serie de espacios dedicados a espacios de museos y exposiciones que son claves para el turismo. Estos espacios pueden tener la categoría de museos



como tal, es decir, cumplen dicha funcionalidad; mientras que, por otro lado, tenemos una serie de monumentos que cumplen diversas funcionalidades, entre ellas las de museos y exposiciones temporales. Entre las más destacadas se encuentran:

- Hospital de Santiago.
- Iglesia de Sta. María de los Reales Alcázares.
- Museo Arqueológico de Úbeda (Casa Mudéjar).
- Museo de Alfarería - Paco Tito 'Memoria de lo cotidiano'.
- Museo de S. Juan de la Cruz.
- Centro de Interpretación “Olivar y Aceite”.
- Sacra Capilla de 'El Salvador'.
- Sinagoga del Agua.
- Iglesia de San Lorenzo.
- Casa Andalusí.
- Centro de Interpretación Andrés de Vandelvira (sótanos del actual Ayuntamiento de Úbeda).

Mediante datos propios del Ayuntamiento de Úbeda, se puede ver que se enumeran 83 monumentos y lugares de interés, los cuales son señalados en los planos turísticos que se ofrecen desde la Oficina de Turismo.

- Servicios turísticos: Son actores turísticos de carácter privado, los cuales se encargan de gestionar algunos productos turísticos y la oferta del destino. Serán elementos clave para entender el desarrollo turístico del municipio. Entre ellos encontramos: A.P.I.T. (Asociación Profesional de Guías de Turismo e Intérpretes del Patrimonio de Jaén), ARTÍFICIS, ATLANTE, SEMER, SETURJA, VANDELVIRA turismo, IBERIAN LYNX LAND (turismo de naturaleza) y Visitaubedaybaeza.com.

- Servicios complementarios al turismo.

El Ayuntamiento de Úbeda, por medio de la Oficina de Turismo, con el fin de satisfacer las demandas y necesidades básicas del turista, proporciona información sobre servicios complementarios a la actividad turística, que pueda conllevar para el turista una satisfacción mayor del destino. Entre estos servicios se destaca:



- Restaurantes: En muchas ocasiones, la restauración complementa la oferta de los turistas el destino; en otras ocasiones es el propio turista quien, in situ, decide que lugares visitar y dónde comer. Los distintos bares y restaurantes de Úbeda ofrecen, no solo para la población local, sino para los turistas diversos productos que pueden llamar la atención al visitante. Según el Directorio de establecimientos con actividad económica en Andalucía (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, año 2015), estima la cifra de establecimientos de hostelería en 249. De esa cifra hay que exceptuar a los hoteles, hostales y pensiones que existen el municipio. El resto conforma la oferta de Úbeda como destino consolidado.

3.4.- Infraestructuras de acceso

Las infraestructuras de acceso son un elemento clave a la hora de desarrollar un destino turístico. Cuanta mayor capacidad de infraestructuras y mayor facilidad de acceso tenga un destino, su posición en el mercado turístico se verá beneficiado.

Úbeda se beneficia de su posición geográfica que tiene dentro de la provincia. Pero todo ello, se ve potenciado con una buena accesibilidad, la cual tiene gracias a diversas infraestructuras como autovía A-316 (que conecta a Úbeda, Baeza y la capital provincial, Jaén); la autovía A-32 (Conecta Úbeda con Linares); la carretera nacional N-322, que conecta Úbeda con todo el sector noreste de la provincia; la carretera autonómica andaluza A-401 que conecta Úbeda con El Parque Natural de Sierra de Mágina y Almería o la carretera autonómica andaluza A-301 que une Úbeda con La Carolina. Todo ello se verá potenciado en un futuro a medio plazo por la ampliación de la A-32 que supondrá un desdoblamiento de la N-322 y permitirá la conexión directa por medio de Albacete con otras comunidades autónomas como Comunidad Valenciana, Cataluña, Región de Murcia o Comunidad de Madrid (Catálogo de Carreteras de Andalucía, 2015).

Con respecto al acceso de los turistas en Úbeda, la mayoría de ellos vienen con vehículo propio (en caso de los turistas nacionales). Los turistas internacionales van al destino mediante servicios de autobuses o taxi.

Úbeda cuenta con una estación de autobuses, la cual ofrece información directa al turista sobre cómo empezar a moverse por el destino (localización de la oficina de turismo, por ejemplo).



3.5.- Legislación básica sobre turismo en Úbeda

→ Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía.

El objetivo fundamental de la ley es *“alcanzar una calidad integral en los diversos servicios, establecimientos y destinos turísticos, incorporando la accesibilidad como objetivo a alcanzar en las estrategias de actuación”*.

Con este objetivo se pretende conseguir un turismo sostenible un desarrollo económico (creación de empleo, desestacionalización del turismo, potenciación de la marca turística) a través de la ordenación, planificación y promoción óptima.

Para ello, se tendrá en cuenta en todo momento los principios de la sostenibilidad (protección de recursos turísticos, equilibrio entre las diferentes dimensiones, evitar competencias desleales, e impulsar el acceso a información y servicios turísticos a todos los turistas, en igualdad de condiciones).

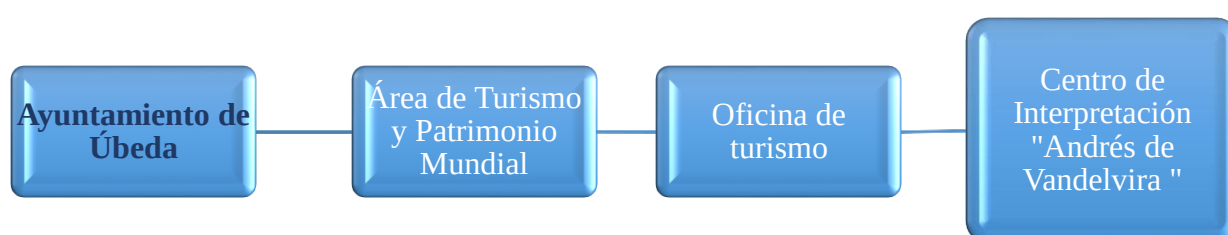
Por medio de la ley se establecen las directrices a seguir para la Definición de Municipio Turístico y finalidad de su declaración, la cual ha tenido que considerar el alumno a la hora de la realización del informe presente en el anexo 5 *“Informe sobre la viabilidad de declaración de Úbeda como Municipio Turístico de Andalucía”*.

→ Decreto 202/2002, de 16 de julio, de Oficinas de Turismo y de la Red de Oficinas de Turismo de Andalucía (ver punto 3.1).

Capítulo 4.- Centros de prácticas

Las prácticas han sido desarrolladas en dos centros distintos. En primer lugar, el alumno comenzó sus prácticas en la Oficina de Turismo de Úbeda con un total de 134 horas (66%). En segundo lugar, las prácticas fueron desarrolladas en el Centro de Interpretación de Andrés de Vandelvira (bajos del Ayuntamiento), con un total de 66 horas (33%).

Gráfico 3: *Organigrama de los centros de prácticas.*



Fuente: Elaboración propia.

4.1.- Oficina de Turismo de Úbeda

Según la definición que ofrece el Decreto 202/2002, de 16 de julio, de Oficinas de Turismo y de la Red de Oficinas de Turismo de Andalucía, las Oficinas de Turismo son *“El establecimiento turístico abierto al público que, con carácter habitual, presta un servicio turístico consistente en facilitar al usuario orientación, asistencia e información turística.”*.

La Oficina de Turismo de Úbeda pertenece a la propia administración local, siendo gestionada por el Área de Turismo y Patrimonio Mundial.

Las actividades llevadas a cabo por la oficina siguen las directrices marcadas por el Decreto 202/2002, de 16 de julio, de Oficinas de Turismo y de la Red de Oficinas de Turismo de Andalucía, donde se designa como centro informador turístico, así como al Artículo 14 del Decreto 143/2014, de 21 de octubre, que regula la organización y funcionamiento del Registro de Turismo de Andalucía o el artículo 71.6 de la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía donde se regulan los servicios turísticos ofrecidos.

Imagen 1: *Exterior de la Oficina de Turismo de Úbeda.*

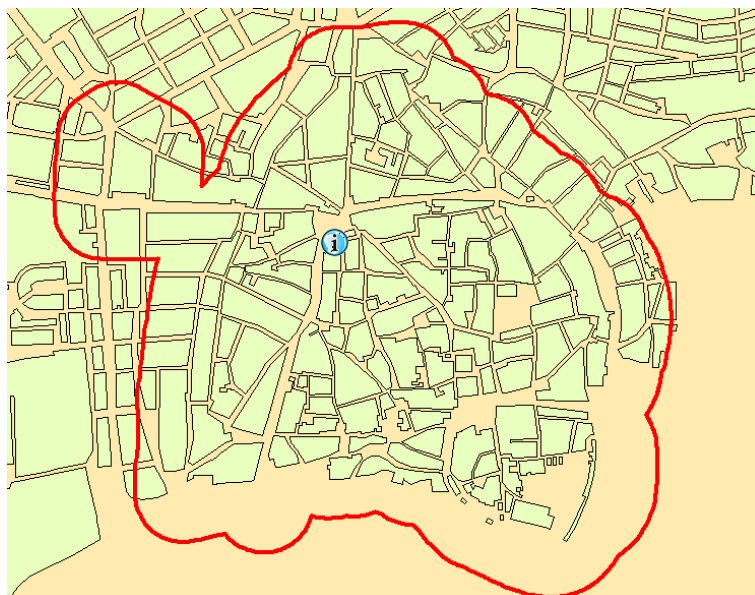


Autor: Elaboración propia.

4.1.1.- Localización de la Oficina de Turismo

Actualmente se encuentra en las Antiguas Carnicerías, al lado de la Torre del Reloj, en pleno centro de Úbeda. Es un punto estratégico puesto que todos los turistas pasan por la zona antes de adentrarse en el casco histórico, el cual está cercano a dicho edificio.

Imagen 2: *Mapa de localización de la Oficina de Turismo.*¹



Fuente: Elaboración propia a partir de los Datos Espaciales de Referencia de Andalucía.

¹ Ampliación anexo 9: Mapa topográfico de Úbeda.



4.1.2.- Objetivo principal de la Oficina de Turismo

Su objetivo principal es proporcionar información, orientación y asesoramiento al visitante por diversas vías (personal, telefónica o email) sobre la oferta turística del municipio: recursos monumentales o museísticos, servicios de hostelería o restauración, oleoturismo, programación cultural, entre otras.

4.1.3.- Competencias de la Oficina de Turismo

A raíz de los diversos objetivos que se marca el centro, destacando el de satisfacer las demandas del visitante mediante la información turística; se reseñan unas competencias que tiene dicho centro sobre el turismo en el municipio.

- Ser el punto de referencia, a nivel local, para el turista a la hora de buscar información y orientación sobre la oferta turística del municipio.
- Creación de productos turísticos, al tener potestad sobre el Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira” y del Torreón de Santo Cristo, es la entidad encargada de su promoción por medio de visitas guiadas, coordinación de servicios, etc.
- Servicios de marketing a la hora de proporcionar información sobre las diversas empresas privadas de servicios turísticos a aquel turista que lo solicite, ofreciendo información sobre cada una de ellas.
- Gestiona la promoción en ferias y eventos tanto a nivel local como nacional, por ejemplo FITUR. El personal de la Oficina de Turismo organiza estos eventos responsabilizándose del presupuesto para ellos y preparando el merchandising necesario para el correcto desarrollo de la actividad (folletos informativos, bolígrafos, videos ilustrativos de Úbeda, etc.).
- Mediante el trabajo en la oficina se permite realizar un control del sector turístico en la ciudad, proporcionando informes mensuales de estadísticas sobre los turistas, informes sobre actividades culturales específicas en la ciudad (conciertos, ferias, Semana Santa, entre otras), así como informes sobre las características de la hostelería (por ejemplo, las estadísticas de ocupación hotelera en un periodo concreto de tiempo). Este punto supone un apoyo a la administración pública local a la hora de llevar a cabo la “transparencia al ciudadano”.



4.1.4.- Estructura del equipo de trabajo

Como se ha especificado anteriormente, la Oficina de Turismo pertenece al Área de Turismo y Patrimonio Mundial, especificándose la siguiente estructura de trabajo: 1 concejal de turismo, 1 técnico, 2 auxiliares administrativos, 2 informadores turísticos.

Cabe destacar que, a partir del día 3 de abril de 2017, la Oficina de Turismo municipal se anexionó a la Oficina perteneciente a la Junta de Andalucía. Ambas tienen las mismas funciones, comparten la misma estructura de trabajo, pero siendo gestionadas por dos administraciones públicas diferentes (una a nivel local y otra a nivel regional). Esto es un elemento positivo para el servicio turístico que se ofrece, puesto que cada oficina tiene materiales diferentes, el cual se ofrece al turista de forma conjunta a su visita a la oficina.

4.1.5.- Implementación territorial

Teniendo en cuenta lo mencionado en el punto anterior, la anexión de ambas oficinas produjo una ampliación del material informativo que se pudiera ofrecer. Por una parte, se ofrece todo lo relacionado con el turismo a nivel local (plano turístico, folletos informativos, libros de rutas, etc.), a su vez, también puede ofrecer información turística sobre cualquier punto de la provincia (Baeza, Sabiote, Parque Natural de Sierra de Cazorla, Segura y las Villas, Sierra Mágina, etc.), así como de Andalucía.

4.2.- Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”

Un centro de interpretación es un espacio dónde se pone en valor elementos artísticos o creativos con el objetivo de que el público objetivo los interprete y conozca.

Este centro, creado y gestionado por la Oficina de Turismo, y promovido por la Diputación de Jaén, conlleva un nuevo recurso turístico en el municipio de Úbeda desde el día de su inauguración el 3 de abril del 2017.

Los Centros de Interpretación no están sujetos a ninguna ley que los regule. Ni la Ley 8/2007, de 5 de octubre, de Museos y Colecciones Museográficas de Andalucía ni la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español incorporan al centro de interpretación como una figura a regular.

Imagen 3: *Exterior del Palacio Vázquez de Molina.*



Autor: Elaboración propia.

Imagen 4: *Entrada principal al Centro de Interpretación.*

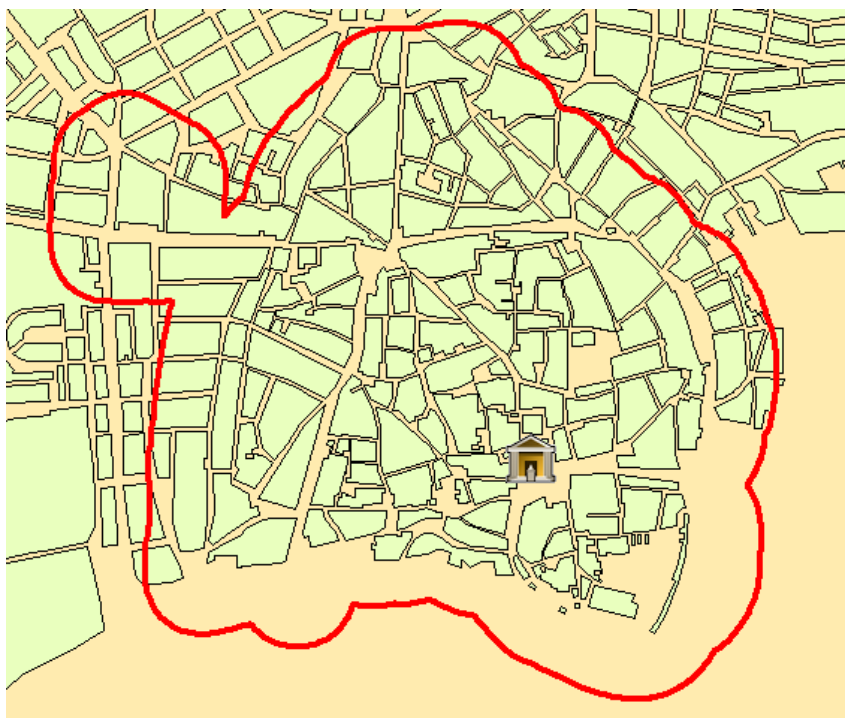


Autor: Elaboración propia.

4.2.1.- Localización del Centro de Interpretación

El Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira” se sitúa en los sótanos del Palacio Vázquez de Molina (también conocido como Palacio de las Cadenas), en pleno corazón del casco histórico de Úbeda.

Imagen 5: Mapa de localización del Centro de Interpretación.²



Fuente: Elaboración propia a partir de los Datos Espaciales de Referencia de Andalucía.

4.2.2.- Objetivo principal del Centro de Interpretación

Su objetivo fundamental es ampliar la oferta cultural de la ciudad permitiendo conocer la vida y obra de uno de los hombres clave del Renacimiento en Úbeda

Para ello ofrece un conjunto de fotografías en alta calidad, realizadas por el fotógrafo catalán Marc Llimargas, sobre las obras principales realizadas por Andrés de Vandelvira en Úbeda y sus alrededores, con motivo del quinto centenario del nacimiento del autor.

² Ampliación anexo 9: Mapa topográfico de Úbeda.



4.2.3.- Competencias del Centro de Interpretación

- Promover una educación, acorde a los contenidos del Centro de Interpretación, teniendo en cuenta las necesidades y demandas del visitante.
- Ofrecer la gran accesibilidad que permite el centro, consiguiendo con ello que todo residente en el municipio o turista pueda acceder a una oferta cultural determinada.
- Establecer una conexión entre el autor y sus obras más características de Úbeda.
- Conseguir no perder la herencia cultural que dejó Andrés de Vandelvira, desde otro punto de vista diferente, siendo otro modo de transmisión de conocimientos.

4.2.4.- Estructura del equipo de trabajo

Como se ha expuesto anteriormente, la gestión del Centro de Interpretación recae en la Oficina de Turismo, y en el técnico responsable de la misma. El funcionamiento del centro es similar al de la oficina, considerando que aquí solo hay una persona responsable (informador turístico).

4.2.5.- Implementación territorial

El centro está dirigido tanto a población local como a turismo nacional/extranjero, llamado a ser uno de los recursos turísticos más importantes en el futuro para el municipio.



Capítulo 5.- Trabajo desarrollado en las prácticas

Durante las 200 horas estipuladas en el convenio para la realización de las prácticas externas del Máster, se han desarrollado diferentes actividades en los centros de prácticas indicados con anterioridad. En este sentido, durante el presente capítulo se realiza una descripción detallada de dichas actividades.

5.1.- Información, orientación, asesoramiento turístico vía personal, telefónica o por email

La función principal de los dos centros donde se han realizado las prácticas es la de satisfacer las necesidades del turista, cuya motivación es conocer los recursos y productos turísticos de Úbeda.

En este sentido, desde la Oficina de Turismo, se le ofrece toda la información necesaria que pueda requerir el turista (horarios, listado de museos y monumentos, información adicional sobre restauración o transportes, entre otros). Casi la totalidad del número total de turistas durante la estancia en las prácticas, tiende a personarse en la oficina a la hora de solicitar información; siendo en un número minoritario aquellas personas que demandan información por vía telefónica o email.

El alumno por tanto, ha apoyado esta función principal durante su estancia en la Oficina de Turismo. Siguiendo el guion preestablecido para el caso de los turistas que se personan en la oficina; en primer lugar se les ofrece un plano turístico de la ciudad, indicándoles aquellos recursos turísticos más importantes de la misma; así como, sus horarios. A modo adicional, mediante petición del visitante, se les da información sobre empresas de servicios turísticos, restaurantes, libros de rutas, etc. Una vez el turista queda satisfecho con sus demandas, se recopila información sobre el mismo, preguntándole los datos requeridos por la encuesta (véase punto 5.2).

Por otro lado, el trabajo realizado en el Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira” es similar. Aunque los turistas al llegar no demandan información sobre la ciudad o sus recursos, salvo los del centro (se presupone que antes se ha visitado la Oficina de Turismo), se les ofrece información sobre el centro, a la vez que se busca su promoción incitándole a que difunda este

“joven” recurso. El turista puede entrar libremente a la exposición, o con un guía en caso de que lo demande. Al finalizar su visita, se anotan sus datos acorde a la encuesta diaria que se realiza.

Imágenes 6 y 7: *El alumno ofreciendo información a un grupo de visitantes en la Oficina de Turismo*³.



Fuente: Elaboración propia.

³ Las imágenes fueron realizadas con el consentimiento de los turistas.



Si la consulta de información del visitante se realiza por otros medios (vía telefónica o por email, incluso por carta), se les contesta según el medio por el que se ponen en contacto con la oficina, asimismo con el idioma del que esté escrito el email o carta. Sea cual sea, a modo adicional, se les adjunta un plano turístico de la ciudad, los horarios de los museos y monumentos actualizados, folletos de recursos turísticos de la ciudad como los dos centros de interpretación (el Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira y el Centro de Interpretación del Olivar y el Aceite), entre otra información que se considere oportuna.

5.2.- Realización diaria de encuestas turísticas

El objetivo principal de realizar las encuestas es extraer información para futuras estadísticas sobre edad, procedencia pernoctaciones de los turistas... Con ello se conocerá el perfil de turista que visita la ciudad y se podrán hacer valoraciones sobre el número de turistas nacionales o extranjeros, épocas del año que visitan la ciudad, vacío turístico (en caso de que hubiera un periodo que disminuye notoriamente el número de visitantes), entre otros.

Esta actividad es de carácter obligatorio en ambos centros de trabajo debido a la necesidad de controlar el flujo turístico y recopilar la información anteriormente dicha.

➤ Modelo de encuesta:

Se puede observar en las dos imágenes siguientes, que el modelo es prácticamente igual, demandando información sobre el visitante sobre edad, número de personas que visitan la oficina/centro, nacionalidad (si es española, se apunta la provincia de la que provienen).

La diferencia entre un modelo y el otro radica, en que, en la encuesta del Centro de Interpretación se pregunta si el turista ha estado en la oficina de turismo. Esto sirve para ver cuántas personas visitan el recurso pero no han sido informados de él en la oficina, puesto que no la han visitado. En algunos casos, los visitantes son del propio municipio que se interesan en conocer el nuevo recurso, pero por otro lado, sirve para saber si el visitante ha conocido el recurso por otros medios ajenos a la Oficina de Turismo.



Imagen 8: *Modelo de encuesta turística de la Oficina de Turismo.*

ENCUESTA TURÍSTICA		FECHA:									
Numero de Personas											
¿Es la primera vez que visita Úbeda?	SI										
	NO										
Edad	< 20										
	21 - 40										
	41 - 60										
	> 60										
Nacionalidad	Esp (provincia)										
	Ext (país)										
¿Pernocta en la ciudad?	SI										
	NO										
¿Por qué medio ha contactado con nosotros?	En la oficina										
	Teléfono										
	Email										

Fuente: Oficina de Turismo de Úbeda.

Imagen 9: *Modelo de encuesta turística del Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”.*

ENCUESTA TURÍSTICA		FECHA:									
Numero de Personas											
¿Ha estado en la oficina de turismo?	SI										
	NO										
¿Es la primera vez que visita Úbeda?	SI										
	NO										
Edad	< 20										
	21 - 40										
	41 - 60										
	> 60										
Nacionalidad	Esp (provincia)										
	Ext (país)										
¿Pernocta en la ciudad?	SI										
	NO										

Fuente: Oficina de Turismo de Úbeda.

De forma diaria, las encuestas son pasadas a una tabla Excel, donde recoge las sumatorias de todos los datos para facilitar su comprensión a nivel general. Así pues, puede verse el número total de turistas nacionales y extranjeros, o ver que grupo de edad predomina más en el turismo de Úbeda, por ejemplo. Al finalizar el mes, este documento facilitará la labor de realización de informes estadísticos (punto 5.3).

Imagen 10: Documento Excel de las encuestas turísticas de la Oficina de Turismo.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK
1	ENCUESTAS OFICINA MUNICIPAL DE TURISMO																																				
2																																					
3	AGOSTO		0	DIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
4	Primera visita		Si	0																																	
No			0																																		
5	Edad			0																																	
< 20 años			0																																		
20 - 40 años			0																																		
41 - 60 años			0																																		
10			> 60 años	0																																	
			0																																		
			0																																		
			0																																		
12	Pernocta		Si	0																																	
No			0																																		
13	Medio de contacto			0																																	
Personalmer			0																																		
Telefónicame			0																																		
Via e-mail			0																																		
15				0																																	
			0																																		
			0																																		
			0																																		
17	Nacionalidad		Española	0																																	
Andalucía:			0																																		
Jaén			0																																		
Córdoba			0																																		
23			Sevilla	0																																	
24			Huelva	0																																	
25			Cádiz	0																																	
26			Málaga	0																																	
27			Granada	0																																	
28			Almería	0																																	
29			C. La Mancha	0																																	
30			Albacete	0																																	
31			Cuenca	0																																	
32			Toledo	0																																	
33			Guadalajara	0																																	
34				0																																	
				Junio	Julio	Agosto	Octubre	Septiembre	Noviembre	Diciembre	extranjeros																										

Fuente: Oficina de Turismo de Úbeda.

Aunque no se aprecie en la imagen anterior, la lista de nacionalidad sigue hasta completar todas las comunidades autónomas y sus respectivas provincias. En este caso se puede valorar, cual es la procedencia nacional predominante que visita la ciudad (en la estancia en prácticas se ha valorado positivamente la llegada de turistas provenientes de Andalucía, Comunidad Valenciana, Región de Murcia, y Comunidad de Madrid).

Imagen 11: Documento Excel de las encuestas turísticas de la Oficina de Turismo.
Recopilación de extranjeros.

	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA
1	PROCEDENCIA				PROCEDENCIA				PROCEDENCIA		
2	FECHA	N. PAX	PAIS		FECHA	N. PAX	PAIS		FECHA	N. PAX	PAIS
3	MAYO				JUNIO				JULIO		
4	01/05/2017	52	Francia		01/06/2017	2	Alemania		01/07/2017	4	Francia
5		29	Alemania			2	Estonia			2	Inglaterra
6		11	Suiza			4	Inglaterra			6	Italia
7		4	USA			3	Francia			2	Argentina
8		27	Inglaterra			2	Belgica		02/07/2017	1	Japón.
9		7	Italia			5	EEUU			2	Francia
10		63	Holanda			4	Italia			2	Holanda
11		2	Australia			2	Holanda			2	Holanda
12	02/05/2017	2	Portugal		02/06/2017	4	Colombia		03/07/2017	1	Honduras
13		8	México			1	Italia			2	Alemania
14		29	Francia			3	Alemania			2	Francia
15		17	Alemania			4	Belgica			3	EE.UU
16		2	Rumania			2	Chile		04/07/2017	2	Bélgica
17		5	Bélgica			2	Austria			2	Francia
18		6	Austria			3	Holanda			5	EE.UU
19		8	Holanda			2	Canada			6	Inglaterra
20	02/05/2017	1	Polonia		02/06/2017	2	Polonia		05/07/2017	2	Noruega
21		3	Inglaterra			4	Inglaterra			5	Bélgica
22		8	Suiza			5	Francia			4	Suecia
23		8	USA			5	EEUU			8	Italia

Fuente: Oficina de Turismo de Úbeda.

Por otra parte, se valora la procedencia de los turistas extranjeros, anotando diariamente, el país de origen y el número de visitantes total de cada día. Se ha observado que los turistas provienen, en su mayoría, de Francia, seguido de Alemania y Países Bajos.

5.3- Realización de informes estadísticos

Al comienzo de cada mes, el alumno ha realizado un informe con los resultados de las encuestas del mes anterior. Durante la estancia de prácticas ha colaborado en los informes de junio y julio de la Oficina de Turismo de Úbeda (véase anexos 1 y 2).

Los informes siguen el patrón marcado por las encuestas turísticas. Consiste en destacar los datos a nivel general de todos los parámetros que componen la encuesta, con el objetivo de mostrar los grupos de edad, nacionalidad o forma de contacto predominantes durante ese mes.

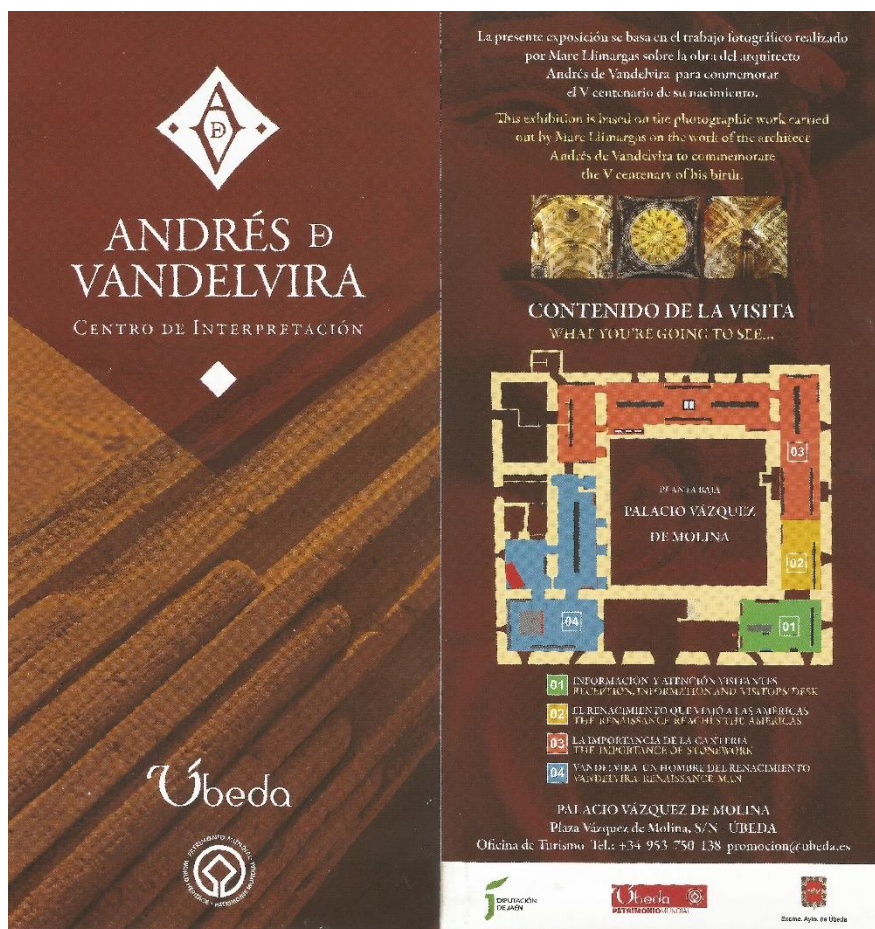
Una vez realizado el informe, es evaluado por el técnico responsable del área y enviado al gobierno local.

5.4- Promoción del Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”

Como se ha especificado en el capítulo 4, el Centro de Interpretación es un recurso turístico joven, que apenas cuenta con unos meses, pero con un gran potencial por delante para considerarlo como relevante en la oferta turística.

La responsabilidad de su promoción, principalmente recae en la Oficina de Turismo, dónde se recomienda y motiva al turista a visitar este centro durante su estancia en el municipio. En este modo, cuando el turista visita la oficina y demanda información, al señalar el edificio dónde se encuentra (uno de los principales de Úbeda), se especifica la existencia del centro. Un alto porcentaje de los turistas que visitan el centro de interpretación, han sabido de él gracias a la información ofrecida, anteriormente, por la Oficina de Turismo. En este caso, el instrumento imprescindible para publicitar el recurso es proporcionar el folleto del centro.

Imagen 12: Folleto informativo del Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”
(anverso y reverso).



Fuente: Oficina de Turismo de Úbeda.

5.5- Difusión a los turistas de material informativo: mapas o planos turísticos, guías, folletos turísticos, etc.

Este punto, ha de entenderse de forma conjunta con el punto 1 y 4. La mejor forma de ofrecer información y orientar al turista es ilustrarle con todo el material que se requiera para ello.

En primer lugar, siempre se ofrece el plano turístico de Úbeda, con el objetivo de situarles dentro del enclave urbano, y de señalar los recursos esenciales para su visita (museos y monumentos, básicamente). La información ha de adaptarse al perfil de turista y al tiempo del cual dispongan. Una vez el turista queda satisfecho con la información, se le entrega un documento con el horario detallado de todos los museos y monumentos de la ciudad con el propósito de que el turista pueda adaptar sus visitas al tiempo que vaya a permanecer en Úbeda.

Imagen 13: *Plano turístico de Úbeda.*



Fuente: Oficina de Turismo de Úbeda.

Además de esta información básica y general para todos los turistas, éstos pueden llegar a exigir información adicional sobre rutas, folletos en otros idiomas (inglés, francés, alemán, italiano y ruso), e incluso planos turísticos o folletos de otros municipios (se destaca la demanda de información sobre Baeza y el Parque Natural de Cazorla, Segura y las Villas).

Imagen 14: Muestra de material informativo de la Oficina de Turismo.



Fuente: Oficina de Turismo



5.6- Actualización de los horarios de museos y monumentos de Úbeda

Otra de las actividades fundamentales realizada en las prácticas, ha sido la actualización de los horarios de los recursos turísticos de la ciudad. En el anterior punto, se explica que el documento que recoge dichos horarios es uno de los elementos de información básicos que se ofrecen al turista, por lo que se ha de tener en cuenta que deben ser correctos en todo momento.

Durante cada mes, se trabaja en la actualización de los horarios para el mes siguiente. Esto se consigue contactando con cada uno de los museos y monumentos de la ciudad y corroborando la información con la actual, para que, al inicio de cada mes se ofrezcan a los visitantes los horarios actualizados en diversos idiomas (español, inglés, francés, alemán e italiano).

Durante el periodo estival, coincidiendo con el periodo de prácticas, los horarios han surgido bastantes cambios, por lo cual, el alumno ha colaborado en la actualización de los mismos.

Además de ofrecerlos a los turistas, los horarios también han de ser enviados a todos los actores turísticos del municipio (hoteles, hostales, apartamentos turísticos, bares y restaurantes, etc.), con el fin de difundir toda la información necesaria para que el turista pueda acceder a ella, no solo en la oficina de turismo.

A su vez, desde la propia oficina, se envía al área de informática que gestiona la página web de turismo de Úbeda, para facilitar la accesibilidad a dicha información.

Todos los horarios, van acompañados de información adicional que puede interesar al turista o puede facilitar su visita. A modo general, se especifican el precio de entrada (si existiese), el horario de culto (en el caso de los monumentos de carácter religioso), dirección, teléfono o email de contacto, además de un valor numérico que coincide con el del plano turístico para permitir al turista a situar el recurso y poder acceder sin problemas.

En la estancia de prácticas se ha colaborado en la actualización de los horarios de museos y monumentos de los meses julio y agosto.

Imagen 15: Muestra del documento de horarios de museos y monumentos de Úbeda. Mes de julio⁴.



Ayuntamiento de Úbeda
Concejalía de Turismo y Patrimonio Mundial
Oficina de Turismo de Úbeda
Plaza de Andalucía Nº 5 Tel.: 953 779 204 Correo e-mail: otubeda@andalucia.org
Tel: 953 750 138/ 953 750 440 Ext.2 / Correo e-mail: promocion@ubeda.es



HORARIO DE MONUMENTOS JULIO. ÚBEDA 2017

NOMBRE Y DESCRIPCIÓN DEL MONUMENTO	HORARIO	Nº EN PLANIS
SACRA CAPILLA DEL SALVADOR. Estilo: Renacimiento. (1536 – 1559). Andrés de Vandelvira y Diego de Siloé Baja del Salvador, s/n. Tel.: 609 279 905 www.tdacorporative.com ubeda@tdacorporative.com http://www.fundacionmedinaceli.org/monumentos/capilla/	Lunes a Jueves: 09.30 – 14.30 / 16.30 – 19.30 h. Viernes y sábados: 09.30 – 15.00 / 16.30 – 19.30 h. Domingo: 11.30 – 15.00 / 16.30 – 19.30 h. Entrada General: 5 € (incluido audio guía). Residentes Úbeda: 1 € Mayores 65 años y grupos + 4 personas: 4,50 € (con audio guía) Niños 8 a 15 y Grupos + 20 pax: 2,50 € (3,50 €, con audio guía) Misa: Domingos/ festivos: 10.30 h Libre acceso: 09.30 – 10 (Ma S) Dom: 18.30 – 19.30 h.	20
IGLESIA DE SANTA MARIA DE LOS REALES ALCÁZARES. Estilo: Gótico, Mudéjar, Renacimiento, Barroco, Neogótico. Siglos XIII – XIX Plaza Vázquez de Molina, 4 Teléfono visitas: 953 756 583 Móvil celebraciones: 669 885 757 www.santamariadeubeda.es molinareyesblas@gmail.com	Lunes a Domingo: 10.30-13.30 / 17.30-20.00 h. Entrada gratuita lunes y martes 20.00-22.00 h. Taquilla cierra 20 minutos antes del fin horario visita Entrada: 4 € (audio guía) Niños 1.50 €. Grupos: y jubilad.: 2.50 € Culto: L-S y vísperas festivo: Misa: 21.00h. Domingos y festivos: Misa: 10.00 h.	23
PALACIO VELA DE LOS COBOS. Siglo XVI. Palacio señorial. Autor: Andrés de Vandelvira C/ Juan Montilla, 2 Tel: 953 757 916 (SEMER)	Reserva en SEMER, empresa de Servicios Turísticos (ubicada frente al Palacio). Lunes: Cerrado (Grupos concertar visita) Martes-Sábado: 13.15 y 19.15 horas Domingos: 13.15 h. Tardes cerrado. Sábado 1 y domingo 2 permanecerá cerrado. Precio: 4 € (quedado por el dueño del Palacio)	49
IGLESIA DE SAN PABLO. Estilo: Gótico tardío y Renacimiento. Siglos XIII – XVI Plaza 1º de Mayo, s/n. Tel.: 953 750 637	Martes-Sábado: 11.00 – 13.00 / 18.00 – 20.00 h. Domingos y festivos: 11.00 – 13.00 horas. Entrada Gratuita. Lunes cerrado.	47
HOSPITAL DE SANTIAGO. Estilo: Renacentista (1562 – 1575) Andrés de Vandelvira Avenida Cristo Rey, s/n. Tel.: 953 750 842 turismodeubeda.com / promocion@ubeda.es	Lunes – Viernes: 07.00 – 14.00 / 17.00 – 22.00 h. Sábado y Domingo: 10.00 – 14.00. Entrada Gratuita. Planetario: Visitas concertadas: 606 861 075	1

Fuente: Oficina de Turismo de Úbeda.

5.7- Realización de la programación cultural de Úbeda

La Oficina de Turismo se encarga de gestionar y promocionar las actividades culturales de Úbeda, en colaboración con el Área Municipal de Cultura.

Diariamente, desde la oficina, una tarea a realizar es comprobar la agenda cultural que se sube a la plataforma virtual correspondiente a turismo de Úbeda. Aquí, se puede observar un calendario de eventos de cada mes, especificando las actividades diarias.

La labor del alumno ha sido verificar que la información esté correcta, y adjuntarlo en un documento para ponerlo a disposición del público que lo requiera (tanto turistas como población local)⁵.

⁴ Horario de museos y monumentos de Úbeda del mes de julio, completo en el anexo 3.

⁵ Programación cultural en los anexos 7 y 8.

Además, la Oficina de Turismo se encarga de editarlo por quincenas y difundirlo a hoteles, restaurantes, empresas de servicios turísticos, entre otras; con el objetivo de difundir dicha información.

Imagen 16: *Calendario de eventos culturales en la página de turismo del Ayuntamiento de Úbeda. Mes de agosto.*

Julio		Agosto 2017					Septiembre
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	
31 Julio	1 Actividades Dep ...	2 Actividades Dep ...	3 Actividades Dep ... 22:00 Cine de Verano: ...	4 Actividades Dep ... 22:00 Cine de Verano: ...	5 Actividades Dep ... 22:00 Cine de Verano: ...	6 Actividades Dep ... 22:00 Cine de Verano: ...	
32	7 Actividades Dep ...	8 Actividades Dep ...	9 Actividades Dep ... 22:00 Cine de Verano: ...	10 Actividades Dep ... 22:00 Cine de Verano: ...	11 Actividades Dep ... 22:00 Cine de Verano: ...	12 Actividades Dep ... 22:00 Cine de Verano: ...	13 Actividades Dep ...
33	14 Actividades Dep ...	15 Actividades Dep ...	16 Actividades Dep ... 09:00 Curso intensivo ...	17 Actividades Dep ... 09:00 Curso intensivo ... 22:00 Cine de Verano: ...	18 Actividades Dep ... 09:00 Curso intensivo ... 22:00 Cine de Verano: ...	19 Actividades Dep ... 09:00 Curso intensivo ... 22:00 Cine de Verano: ...	20 Actividades Dep ... 09:00 Curso intensivo ... 21:30 Conciertos de V ... 22:00 Cine de Verano: ...
34	21 Actividades Dep ... Virgen de Guada ... 09:00 Curso intensivo ...	22 Actividades Dep ... Virgen de Guada ... 09:00 Curso intensivo ...	23 Actividades Dep ... Virgen de Guada ... 09:00 Curso intensivo ...	24 Actividades Dep ... Virgen de Guada ... 09:00 Curso intensivo ... 22:00 Cine de Verano: ...	25 Actividades Dep ... Virgen de Guada ... 09:00 Curso intensivo ... 22:00 Cine de Verano: ...	26 Actividades Dep ... Virgen de Guada ... 09:00 Curso intensivo ... 22:00 Cine de Verano: ...	27 Actividades Dep ... Virgen de Guada ... 09:00 Curso intensivo ... 22:00 Cine de Verano: ...
35	28 Actividades Dep ... Virgen de Guada ... 09:00 Curso intensivo ...	29 Actividades Dep ... Virgen de Guada ... 09:00 Curso intensivo ...	30 Actividades Dep ... Virgen de Guada ... 09:00 Curso intensivo ...	31 Actividades Dep ... Virgen de Guada ... 09:00 Curso intensivo ...	Septiembre	Septiembre	Septiembre
Fiesta Espectáculo Exposición Evento Cultural Otros eventos Deportes Teatro Ciencia y tecnología Todas las categorías...							

Fuente: Página web de turismo de Úbeda. Ayuntamiento de Úbeda (2017).

5.8- Colaboración en la realización de informes específicos

Además de los informes estadísticos en base a las encuestas turísticas realizadas tanto en la Oficina de Turismo como en el Centro de Interpretación, durante la estancia de prácticas se han podido realizar otros informes de carácter específico.



→ Informe de impacto económico durante los días 9 y 10 de junio en Úbeda⁶.

El alumno, recién incorporado el 21 de junio, colaboró en la realización del informe sobre el impacto económico habido en esas fechas. Durante estos días, coincidiendo con el concierto del cantautor Joaquín Sabina en la ciudad, se produjo el máximo mensual de visitantes en la oficina de turismo. Para conocer la influencia que tuvo el evento en Úbeda, se elaboró un informe dónde se muestra la afluencia de visitantes y el grado de ocupación hotelera durante ese fin de semana.

Para ello, se contactó con cada uno de los alojamientos turísticos de Úbeda (hoteles, hostales, pensiones, apartamentos turísticos y casas rurales), con el objetivo de conocer los datos de ocupación de esos dos días. Además de ello, se estimó el gasto del turista y el gasto medio por habitación para prever cual había sido la inversión turística en la ciudad.

Cabe destacar que los datos recogidos en el informe son de carácter positivo, siendo motivados por el concierto.

→ Informe sobre la viabilidad de declarar a Úbeda como Municipio Turístico de Andalucía⁷.

La figura de Municipio Turístico es declarada por la Junta de Andalucía, si el municipio en cuestión supera los requisitos esenciales estipulados en el Decreto 72/2017, de 13 de junio, de Municipio Turístico de Andalucía. La finalidad de esta figura es *“promover la calidad en la prestación de los servicios municipales al conjunto de la población turística asistida mediante una acción concertada de fomento”*.

Tras el nombramiento de la ciudad de Baeza como Municipio Turístico, el grupo se compuso de 17 municipios distribuidos por el territorio andaluz (siendo el segundo de la provincia, tras Cazorla).

Desde la Oficina de Turismo de Úbeda, se valoró la posibilidad de incorporarse a esta figura. Para ello, se realizó un informe valorando los diferentes requisitos para comprobar si se superaban.

⁶ Ver informe completo en el anexo 4.

⁷ Ver informe completo en el anexo 5



El resultado fue negativo. Aunque se cumplen los requisitos en base a la oferta turística, al plan municipal de calidad turística y al tener al menos tres elementos de valoración, no se cumple el requisito de que “*el número total de pernoctaciones diarias superen el 10% de la población*”.

→ Informe de la XIV Fiestas del Renacimiento⁸.

Las fiestas del Renacimiento en Úbeda conmemoran la Declaración de la Ciudad como “*Ciudad Patrimonio de la Humanidad*”, junto con su vecina Baeza, el 3 de julio del año 2003.

Cada año, durante el primer fin de semana de julio se celebran estas fiestas, donde se instalan en el conjunto histórico gran variedad de puestos de comida, enseres, y demás recordando una época relevante en la historia de Úbeda: el Renacimiento.

La Oficina de Turismo realizó un informe valorando los resultados de la actividad que tuvo una duración de 4 días, donde se incluyó información variada: afluencia turística en la oficina durante esos días, datos sobre ocupación hotelera y valoración del conjunto de consecuencias turísticas que tuvo el evento en la ciudad.

Cabe destacar que, el informe reveló lo positivo que fueron estas fiestas para el municipio.

5.9- Preparación de material de Merchandising.

El término merchandising se refiere a aquel material empleado para promocionar o estimular la demanda de cierto producto (en este caso recurso turístico).

Cuando hay un evento, reunión o congreso de especial importancia, y con ello se atraiga a la ciudad a un perfil de turista, la Oficina de Turismo se encarga de proporcionar material sobre algunos recursos para el visitante.

Un ejemplo de ello fue un congreso de matemáticas, en el mes de julio, dónde el alumno colaboró en la preparación de material para la difusión en el grupo.

⁸ Ver informe completo en el anexo 6.



Así pues, a cada persona se le obsequió el siguiente material:

- Callejero de la ciudad, realizado por el Ayuntamiento de Úbeda (a diferencia del que se entrega normalmente a los turistas que es un plano del conjunto histórico). También indica los elementos patrimoniales de mayor relevancia.

- Libro de rutas de Úbeda, donde se señalan 6 rutas posibles a realizar en Úbeda. Cada una muestra un itinerario diferente, añadiendo información adicional sobre su duración, recursos turísticos a ver, así como un mapa ilustrativo de la ruta.

- Folletos turísticos: Se presentan ciertos folletos relacionados con elementos turísticos esenciales en Úbeda. Según sea la tipología del evento, estos folletos pueden variar, aunque normalmente se presentan los siguientes:

- Folleto del Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”. Sigue la línea de promoción del centro, por todos los medios posibles. Por eso es un folleto fijo a la hora de preparar el merchandising.
- Folleto del Centro de Interpretación “Olivar y Aceite”. Úbeda sigue apostando por el oleoturismo y la promoción de la cultura del olivar. Al ser una iniciativa pública de la administración local, se convierte en un elemento esencial de la oferta turística de Úbeda. Además de ello, se ha observado una tendencia creciente en el municipio del perfil de turista motivado en conocer, de primera mano, la cultura del aceite de oliva y la tipología turística del oleoturismo.
- Folleto de la Sacra Capilla de “El Salvador”. Este recurso es uno de los más importantes y emblemáticos de la ciudad. Enclavado en la Plaza Vázquez de Molina, es una obra fundamental para entender la historia renacentista de Úbeda.
- Folleto de la Iglesia de San Lorenzo. Dicha iglesia se encuentra actualmente en restauración y rehabilitación gracias a la labor de la Fundación “Huerta de San Antonio”. La labor de la fundación, con apoyo de la administración local, consigue que se realicen diversas actividades culturales (conciertos, exposiciones, visitas guiadas, etc.) que atraen a la población local y a turistas.
- Museo de Alfarería “Paco Tito”. La artesanía es un elemento diferenciador de la oferta turística de Úbeda. Como se especifica en la página web de turismo de Úbeda, *“la ciudad de Úbeda cuenta con una de las mayores y más variadas concentraciones de*

talleres artesanales a nivel andaluz” (Turismo de Úbeda, 2017). De hecho, Úbeda fue nombrada Zona de Interés Artesanal de Andalucía, el 21 de diciembre del año 2012, lo que atrae a turistas motivados en conocer la cultura y tradición artesana.

Imagen 17: *Ejemplo de material de merchandising.*



Autor: Elaboración propia.

5.10- Promoción del Área de Autocaravanas de Úbeda

El área de Autocaravanas de Úbeda es un espacio dedicado a la estancia de esta tipología de vehículos. Con una oferta de 10 plazas gratuitas, a un máximo de 2 noches por autocaravana, complementa la oferta de alojamientos de Úbeda.

Desde la Oficina de Turismo, la administración local se muestra partícipe en seguir promocionando el área, a pesar del éxito del que ya disponen. Para ello, es especialmente importante la herramienta de internet (páginas especializadas accesibles al perfil de turista que viaja en autocaravanas) como es el caso de la empresa alemana ADAC.



La función del alumno respecto a esta actividad es la de comprobar que los datos están actualizados en las páginas web, donde el área ya estaba inscrita de antemano, y comprobar los requisitos de ADAC para proceder a la inscripción en la misma.

A diferencia de las anteriores actividades, esta ha sido puntual y se ha desarrollado en menor tiempo que las demás.

5.11- Resultados obtenidos

A continuación, se expondrá los resultados obtenidos en el proceso de prácticas y realización del Trabajo Fin de Máster.

Este trabajo se basa en la realización de unas prácticas externas del Máster. Esta asignatura toma una vía diferente a la investigadora, siendo la misma de carácter profesional (vía profesional). Con ello se pretende decir que, no se ha seguido una metodología de investigación para la elaboración del trabajo.

Así pues, se describirá, de forma detallada lo realizado durante las prácticas.

- Como está estipulado en el convenio, las prácticas han sido realizadas en el Área de Turismo y Patrimonio Mundial perteneciente al Ayuntamiento de Úbeda. Dentro del área, se trabaja en dos organismos esenciales para el turismo en el municipio: la Oficina de Turismo y el Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”.

A raíz de las conversaciones por parte del alumno con la entidad, se acordó realizar las prácticas en ambos centros, con el objetivo de que se pudiera ver dos puntos de vista del turismo: una entidad ya asentada en el sector turístico (Oficina de Turismo) y otra en consolidación (Centro de Interpretación).

- Dentro del periodo de prácticas (200 horas), se ha realizado las actividades explicadas en el presente capítulo “*Trabajo desarrollado en las prácticas*”. Las actividades están relacionadas con la línea de trabajo habitual efectuada en los centros de prácticas. Por la parte de la entidad colaboradora de las prácticas, se entiende que el alumno, mediante los desarrollos adquiridos en el Máster, puede realizar cualquier tarea encomendada en ambos centros. La labor ofrecida por el alumno sigue las mismas pautas que la del informador turístico, aunque también se



encargue de tareas administrativas (en este caso en la Oficina de Turismo), apoyando al personal.

- Dichas tareas tenían como objetivos los propios de los centros:

a) Informar, orientar y asesorar al visitante por diversas vías (personalmente, telefónicamente o por email) sobre la oferta turística del municipio y toda aquella información demandada por el turista (horarios, servicios turísticos, etc.). Este objetivo ha sido desarrollado en ambos centros, con especial énfasis en la Oficina de Turismo.

b) Realizar una promoción en la Oficina de Turismo sobre el Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”, constituyendo el principal medio de promoción al turista sobre este recurso en Úbeda. Además del centro, también se encarga de labores de promoción de otros recursos como el Torreón de Santo Cristo.

c) Proporcionar al turista de material informativo que fuera de ayuda durante su estancia en la ciudad, así como de otras zonas turísticas a nivel provincial o regional. Este objetivo pretende que, al preparar este material (folletos turísticos, guías, planos y similares), se facilite la estancia al turista y se integre en la actividad de Úbeda.

d) Otro objetivo de la Oficina de Turismo es seguir un control al turismo en Úbeda. Mediante la realización de informes se hace ver si los objetivos marcados para el sector se cumplen o no, además de poder estudiar las características de la actividad turística del municipio.

e) El Centro de Interpretación persigue los mismos objetivos principales de la Oficina de Turismo, pero centrándose en su temática: Andrés de Vandelvira, vida y obra. Así pues, estos objetivos son los de informar y asesorar al turista sobre el centro, y realizar un seguimiento de la afluencia turística al mismo.

f) Por otra parte, el Centro de Interpretación pretende constituir y consolidarse como un recurso estable dentro de la oferta turística de Úbeda. Para conseguir que este objetivo se cumpla, es significativa la labor de promoción realizada por la Oficina de Turismo.



Capítulo 6.- Conclusiones

En este apartado, se comentará si los objetivos perseguidos se han cumplido y posteriormente se expondrá una visión crítica sobre los elementos positivos y negativos que se han podido interpretar en los centros dónde se han realizado las prácticas.

6.1.- Objetivos perseguidos

Objetivo 1) Aplicar los conocimientos adquiridos en la parte teórica del Máster a las prácticas desarrolladas en los dos centros: gracias a estos contenidos, se ha podido desarrollar correctamente las labores exigidas al alumno y han permitido desarrollar otras funciones como la de informador turístico o asistencia/orientación al turista.

Objetivo 2) Conocer y participar en la gestión, comercialización y promoción de recursos turísticos, productos turísticos o destinos turísticos. La estancia en prácticas ha permitido conocer con mayor exactitud la labor del Área de Turismo y Patrimonio Mundial y de los stakeholders en Úbeda, destino se está consolidando en un mercado tan competitivo. Por otro lado, se ha sido partícipe de la promoción de ciertos recursos de Úbeda, como el caso del Centro de Interpretación. Se ha aprendido a adaptar la información al tipo de perfil de visitante, a la duración de su estancia, a la motivación intrínseca al turista por visitar ese recurso, a usar imágenes o folletos que ilustren y permitan un apoyo visual a la transmisión de información y/o promoción, etc.

Objetivo 3) Conocer la labor de los diferentes actores turísticos de Úbeda (tanto públicos como privados), así como de las relaciones que puedan tener cada uno de ellos dentro del sector turístico de la ciudad. Durante la estancia en la Oficina de Turismo, se ha podido tener contacto con diversos actores turísticos de Úbeda, por ejemplo en eventos como el concierto de Joaquín Sabina, donde hubo que demandar información a la hostelería para la realización del informe. Se comprobó la relación entre ambos sectores.

Si se aplicará un análisis de redes respecto a los actores turísticos con los que se ha podido tener contacto durante las 200 horas de prácticas, se vería que, en su mayoría, las relaciones tendrían un carácter unidireccional hacia la oficina. Esto quiere decir que, el organismo tiene una posición central en la red de interacciones de los actores turísticos de Úbeda, como se afirma



en el artículo “*Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos*” (Merinero y Pulido, 2009)

Objetivo 4) Conocer el posible desarrollo de políticas o prácticas que apoyen la sostenibilidad en la actividad turística. Se constata que, desde el área municipal se toma la responsabilidad de respetar los principios de la sostenibilidad. Entre las buenas prácticas que se promueven: reducir el impacto medioambiental del turismo, promover la restauración y conservación de elementos arquitectónicos y monumentales de gran interés (por ejemplo, la Iglesia de San Lorenzo), promover mejora en infraestructuras, potenciar el consumo de productos endógenos (el aceite con el Centro de Interpretación del Olivar y el Aceite, o recursos artesanales como la cerámica o la forja con los alfareros).

6.2.- Elementos positivos y a mejorar de los centros de prácticas

6.2.1.- Oficina de Turismo de Úbeda

Desde el área municipal se marcan las pautas a seguir por la Oficina de Turismo. Se considera un elemento clave para completar una oferta turística fuerte y consolidada en el mercado turístico.

Como elementos positivos se destacan:

- La alta valoración, por parte de los turistas, del trabajo en la oficina. Se ha podido presenciar que los turistas que han visitado la oficina han podido ver cómo sus demandas han sido satisfechas. Se ha valorado, por su parte la implicación y la cercanía al turista, así como en la forma de adaptar la información al perfil de turista.
- La cantidad y calidad del material ofrecido. Un alto porcentaje de visitantes han valorado óptimamente el funcionamiento de la oficina en este sentido, mostrándose sorprendidos de que el material ofrecido fuera gratuito.
- La anexión de las dos oficinas de turismo. Como se ha comentado en el trabajo, el día 3 de abril del presente año, la Oficina de Turismo perteneciente a la Junta de Andalucía se unió a la Oficina Municipal de Turismo permitiendo un acceso más fácil al turista para la obtención de información o material. Se destaca el buen entendimiento y funcionamiento de la oficina actual debido a este hecho.



- La Oficina de Turismo es un actor turístico consolidado dentro de la red social de turismo de Úbeda, teniendo relación con prácticamente todos los actores turísticos del municipio, y con algunos de la comarca o provincia.

Como elementos a mejorar se destaca:

- Aunque no sea un propósito de la Oficina de Turismo, se destaca la falta de oferta complementaria al turismo cultural. Aunque hay recursos que complementan la oferta turística como la artesanía o el auge del oleoturismo. Se podría valorar la diversificación de la oferta de turismo experiencial (ya apreciada con el Centro de Interpretación del Olivar y el Aceite). Falta implicación por parte de la hostelería y restauración.

- El plano turístico que se ofrece a los turistas muestra la información de manera accesible y fácilmente interpretable. Se considera que, al ser un plano turístico se debe centrar la atención en el centro histórico y con ello obviar información ajena a él, ya que para eso se ofrecen los callejeros.

- La Oficina de Turismo es la entidad que ofrece información a los establecimientos (hoteles, empresas de servicios turísticos, restaurantes, etc.) sobre las actividades turísticas o culturales realizadas en el municipio. En cuanto a supervisar la programación cultural, esta función podría hacerse directamente desde el Área de Cultura, puesto que, es la que ofrece la información mediante la plataforma web del Ayuntamiento.

6.2.2.- Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”

Se destacan los siguientes elementos positivos:

- El Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira” es uno de los recursos turísticos que le faltaba a la ciudad, para conseguir una oferta más completa. Ayuda al turista a tener otro punto de vista sobre los recursos monumentales que conforman su legado.

- Al ser un recurso joven, con solo 4 meses de existencia, tiene un gran margen de mejora. Constituirá un recurso esencial para la oferta turística, además de ser uno de los mejor valorados por los turistas.



- Su localización es óptima. Se encuentra en los bajos del Palacio Vázquez de Molina, siendo éste uno de los más importantes y representativos de la ciudad. El espacio dedicado a los contenidos del centro ha sido restaurado y capacitado para crear un ambiente especial a los visitantes. Sin duda alguna, es uno de los puntos fuertes del centro.
- La calidad del contenido. La exposición cuenta con numerosas fotografías cuya calidad es excelente, siendo esto muy valorado por los turistas que han visitado el centro.
- La accesibilidad al espacio es otro factor a destacar. Se ha realizado un esfuerzo considerable en adaptar las instalaciones del centro para que cualquier persona pueda acceder a él, sin perjudicar la estructura monumental del mismo.

El alumno considera que los elementos a mejorar son:

- El centro está dividido en 4 partes (ver imagen 12, pág. 38), en la cual en la parte 3 “*La importancia de la cantería*” se encuentran dos paneles interactivos que contienen juegos para niños (puzzles o preguntas sobre el contenido del centro), así como la biografía, u obra de Vandelvira. Se considera que la información ofrecida es muy densa y que hará perder interés al turista en conocerla. A pesar de que es una gran idea y que se entiende que ayuda a entender la exposición, esta información debería ser más breve y fácil de entender. Los visitantes al centro (ya sean turistas o población local) han señalado este punto como el único elemento negativo del centro, quedándose asombrados con el resto del contenido. Se entiende que al llevar poco tiempo abierto, los fallos como este pueden subsanarse fácilmente y consolidar el recurso dentro de la oferta turística.
- Se ha comprobado que, un alto porcentaje de la población local desconoce la existencia del centro. Posiblemente, la campaña de promoción ha sido menor para la población local que para el turismo. Se entiende que es fundamental que la población se interese por los recursos, pero a su vez, que estos recursos lleguen a la población.



Bibliografía

Abad, L. (2010): *Gobernanza y desarrollo territorial*. Una perspectiva geográfica. Editorial GEDEUR, Madrid.

Agenda 21 de la provincia de Jaén. Agenda 21 de Úbeda: *Diagnóstico previo. Perspectiva cualitativa*: http://www.agenda21jaen.com/galerias/galeriaDescargas/agenda21/municipios/Ubeda/DIAGNOSIS_CUALITATIVA_xBEDA.pdf (último acceso: 2 de septiembre de 2017)

Agenda 21 de la provincia de Jaén. Agenda 21 de Úbeda: *Planificación territorial*. http://www.agenda21jaen.com/export/sites/default/galerias/galeriaDescargas/agenda21/municipios/Ubeda/24_Planificacixn_territorial.pdf (último acceso: 2 de septiembre de 2017).

Allgemeiner Deutscher Automobil-Club – ADAC. <https://www.adac.de/> (último acceso: 2 de septiembre).

Áreas AC. https://www.areasac.es/ubeda/jaen/ubeda_4027_1_ap.html (último acceso: 2 de septiembre).

Ayuntamiento de Úbeda (2001): Plan General de Ordenación Urbana: http://www.ubeda.es/ubeda/UserFiles/File/URBANISMO/PGOU/PLAN/texto_refundido_plan_general_municipal_noviembre_2001.pdf (último acceso: 16 de agosto de 2017).

Ayuntamiento de Úbeda (2004): *Plan Especial de Protección del Centro Histórico de Úbeda*. http://www.ubeda.es/ubeda/UserFiles/File/documentos_archivos/TEXTO_RE_FUNDIDO_PLAN_ESPECIAL_CENTRO_HISTORICO_JULIO_2000.pdf (último acceso: 14 de agosto de 2017).

Ayuntamiento de Úbeda. Notas informativas: Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”. http://www.ubeda.es/ubeda/extranet/noticiasdetalle?al_idioma_pk=1&inicio=1&al_men_pk=&as_ruta_men_pk=&al_suscripcion=0&al_not_pk=1628&al_tipo_pk=1 (último acceso: 25 de agosto de 2017).



Ayuntamiento de Úbeda. Turismo de Úbeda. www.turismodeubeda.com (último acceso: 4 de septiembre de 2017).

Ayuntamiento de Úbeda. Turismo de Úbeda: Centro de Interpretación “Andrés de Vandelvira”. <https://www.turismodeubeda.com/index.php/es/informacion-turistica/museos-y-monumentos/95-recursosturisticos/museos/373-centro-de-interpretacion-andres-de-vandelvira> (último acceso: 4 de septiembre de 2017).

Ayuntamiento de Úbeda. Turismo de Úbeda: Información Turística. <http://www.turismodeubeda.com/index.php/es/informacion-turistica> (último acceso: 4 de septiembre de 2017).

Ayuntamiento de Úbeda. Turismo de Úbeda: Oficina de Turismo. <http://www.turismodeubeda.com/index.php/es/informacion-turistica/direcciones-de-interes/372-oficina-de-turismo> (último acceso: 4 de septiembre de 2017).

Brand, E. y Gómez, H. (2006): *Análisis de redes sociales como metodología de investigación. Elementos básicos y aplicación*. Universidad de Antioquia.

Camper Contact: Área de Autocaravanas Úbeda. <https://www.campercontact.com/es/espana/andalusia-04-11-14-18-21-23-29-41/ubeda/46417/parking-autocaravana-ubeda.aspx> (último acceso: 2 de septiembre).

Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía (2014): *Estrategias para Gestión de la Estacionalidad Turística en Andalucía 2014-2020*. <http://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/CG ESTRATEGIAS%20ESTACIONALIDAD%2005-05-2014-1.pdf> (último acceso: 28 de agosto de 2017).

Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Estrategias para Gestión de la Estacionalidad Turística en Andalucía 2014-2020. <http://www.juntadeandalucia.es/organismos/turismoydeporte/consejeria/sobre-consejeria/planes/detalle/61046.html> (último acceso: 28 de agosto de 2017).

Correia, F. (2013): *La gestión de los impactos en el destino turístico*. “Gestión de los impactos ambientales del turismo”. En: Pulido, J.I. y López, Y., ed., *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos*. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, pp. 620-646.



Esencia de olivo (2017): <http://www.esenciadeolivo.es/aceite-de-oliva/aceite-de-jaen/> (último acceso: 1 de septiembre de 2017).

Flores, D. (2013). *La gestión de los impactos en el destino turístico*. “Gestión de los impactos económicos del turismo”. En: Pulido, J.I. y López, Y., ed., Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, pp. 579-598.

Gascón, J. (2013). *La gestión de los impactos en el destino turístico*. “Gestión de los impactos sociales del turismo”. En: Pulido, J.I. y López, Y., ed., Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, pp. 600-620.

Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía de UNICAJA (2009): *Informe Anual de Turismo de Andalucía*. <http://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/2.Coyuntura%20tur%C3%ADstica%20de%20Andaluc%C3%ADa.pdf> (última consulta: 29 de agosto de 2017).

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía de la Junta de Andalucía (2016). *Padrón Municipal de Habitantes* <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/ficha.htm?mun=23092> (último acceso: 14 de agosto de 2017).

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía de la Junta de Andalucía (2017): *Encuesta de Coyuntura Turística*. <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/turismo/index.htm> (último acceso: 19 de agosto de 2017).

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía de la Junta de Andalucía (2017): Memoria técnica de la actividad “Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía”. <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/turismo/metodologia/MT050902.pdf> (último acceso: 24 de agosto de 2017).

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía de la Junta de Andalucía (2016): *Encuesta de Ocupación Hotelera*. <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/turismo/index.htm> (último acceso: 20 de agosto de 2017).

Instituto Nacional de Estadística – INE. Nomenclátor: Población del Padrón Continuo por Unidad Poblacional (2016). <http://www.ine.es/nomen2/index.do> (último acceso: 2 de septiembre de 2017).



Leónidas, J. (2011): *Introducción al análisis de redes sociales*. Centro Interdisciplinario para el Estudio de Políticas Públicas, Buenos Aires. 82, 1-59.

Marqués, P., González, M. E., Agra, Y., Vega, J., Pinto, A., y Quiroga, E. (2013): *El análisis de las redes sociales: Un método para la mejora de la seguridad en las organizaciones sanitarias*. Revista española de salud pública, 87(3), 209-219.

Martín, M. et al., (1998): *Marketing fundamental*. Editorial McGraw-Hill. Madrid.

Merinero, R. y Pulido, J. I. (2009): *Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos*. Cuadernos de turismo, (23), 173-194.

Miralbell, O. (2011): *Gestión de oficinas de turismo*. Editorial UOC. Vol. 82.

Plataforma de Autocaravanas Autóctona (La P.A.C.A). http://www.lapaca.org/es/areas-de-servicio/area-de-ubeda_1253 (último acceso: 2 de septiembre).

Pulido, J. I. (2013): *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos*. Universidad Internacional de Andalucía.

Romero, J. y Farinós, J. (2004, eds.): *Ordenación del territorio y desarrollo territorial*. Ed. Trea. Gijón.

Romero, J. y Farinós, J. (2011): *Redescubriendo la gobernanza más allá del buen gobierno. Democracia como base, desarrollo territorial como resultado*. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 56, Págs. 305-307.

Sánchez, J.D. (2013): *Análisis multidimensional de la sostenibilidad en los destinos turísticos. Ordenación y planificación territorial. Aspectos diferenciales por tipologías*. En: Pulido, J.I. y López, Y., ed., *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos*. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, pp.303-374.



ANEXOS



ANEXO 1. INFORME DE VISITAS A LA OFICINA DE TURISMO EN EL MES DE JUNIO DE 2017

Los datos obtenidos por la Oficina de Turismo de Úbeda durante el mes de junio del año 2.017 han sido positivos, contabilizando un total de 3293 turistas.

Las visitas a la Oficina de Turismo fueron realizadas principalmente durante la primera quincena del mes, siendo relevante los datos recogidos de los días 9 y 10 de junio, con 191 y 245 turistas respectivamente. Estos datos representan el 13% de los datos mensuales. Cabe destacar que el concierto del cantautor ubetense Joaquín Sabina fue el atractivo clave para motivar este incremento.

En relación con el turismo nacional se destaca que, en total visitaron nuestra ciudad 2202 personas, de procedencias diversas. Andalucía se consolida como el principal foco emisor de turistas con 594 turistas (18% del total), seguido de Comunidad de Madrid con 475 turistas (14,42% del total) y Castilla-La Mancha con 218 turistas (6,62% del total). Durante el fin de semana del 9 y 10 de junio, dónde se marca el máximo de turistas que visitan la Oficina de Turismo de Úbeda, el 84,63% del total de turistas fueron de procedencia nacional.

Con respecto al turismo de origen internacional, la cifra de visitantes es de 1091, lo que equivale a un 33,1% del total de junio. Los lugares de procedencia son variados. De forma mayoritaria, visitaron la ciudad turistas procedentes de Francia (224 visitantes, 6,8% del total); de Holanda (186 visitantes, 5,64% del total); de Alemania (143 visitantes, 4,34% del total).

Según los datos recogidos en las encuestas diarias realizadas en el mes de junio, se estipula que 3128 turistas visitaron la ciudad por primera vez. En datos porcentuales, esta cifra conlleva el 95% del total de visitantes.

Al analizar los datos recogidos en las encuestas diarias, se puede apreciar que el rango de edad de turistas oscila entre los 41 y los 60 años con 1466 visitantes (44,51% del total), seguido de turistas con más de 60 años con 1054 visitantes (32% del total).



En relación a las pernoctaciones, se observa un descenso de las mismas comparado con los datos del mes anterior. El porcentaje de personas que pernoctan (al menos 1 noche) es del 31,27% (un total de 1030 turistas).

En lo que respecta al medio de contacto de los turistas con la Oficina de Turismo, se aprecia la predominancia del contacto directo con la misma. El 98,99% (3260 turistas) solicitan información personalmente en la propia Oficina de Turismo, mientras que, un 0,81% se ponen en contacto vía telefónica. Apenas un 0,18% (6 personas), se han comunicado vía email con la oficina.

En Úbeda a 3 de julio de 2017.



ANEXO 2. INFORME DE VISITAS A LA OFICINA DE TURISMO EN EL MES DE JULIO DE 2017

Los datos recogidos en la Oficina Municipal de Turismo de Úbeda durante el mes de julio de 2017 son satisfactorios con 2.631 turistas.

El día 9 de julio con motivo del nombramiento de Joaquín Sabina como “Hijo predilecto” de la ciudad, se recibieron 202 visitantes (8%). Además, los días 1 y 2, coincidiendo con las Fiestas del Renacimiento, se tuvo una acogida de 294 turistas (11%).

Del total del turismo nacional (2.077 turistas), destaca en primer lugar Andalucía con un 33%, seguido de la Comunidad de Madrid con un 16% y Comunidad Valenciana con un 10%.

En cuanto al turismo extranjero se percibe una disminución del 50% respecto al mes anterior, con 554 visitantes, 17,4% sobre el total. En cuanto a la procedencia destacan Francia (con 180 turistas, un 32%), seguido de Alemania (con 43, un 7%) e Inglaterra (con 36, un 6%).

El rango de edad predominante ha sido entre 41 y 60 años, suponiendo un 40%, seguido por el de 20-40 años (un 31%).

El porcentaje de visitantes que han pernoctado en la ciudad es de un 28% frente al 72% que no lo hacen.

Con respecto al año anterior destacamos un aumento de turistas en un 81%, ya que en julio de 2016 se registraron un total de 1452.

En Úbeda a 1 de agosto de 2017.

ANEXO 3. HORARIO DE MUSEOS Y MONUMENTOS DEL MES DE JULIO DE 2017



Ayuntamiento de Úbeda
Concejalía de Turismo y Patrimonio Mundial
Oficina de Turismo de Úbeda
Plaza de Andalucía Nº 6 Tel.: 953 779 204 Correo e-mail: ctubeda@andalucia.org
Tel: 953 750 138/ 953 750 440 Ext.2 f; Correo e-mail: promocion@ubeda.es



HORARIO DE MONUMENTOS JULIO. ÚBEDA 2017

NOMBRE Y DESCRIPCIÓN DEL MONUMENTO	HORARIO	Nº EN PLANO
SACRA CAPILLA DEL SALVADOR. Estilo: Renacimiento. (1536 – 1559). Andrés de Vandelvira y Diego de Siloé Baja del Salvador, s/n. Tel.: 609 279 905 www.tdaacorporativa.com ubeda@tdaacorporativa.com http://www.fundacionmedinaceli.org/monumentos/capilla/	Lunes a Jueves: 09.30 – 14.30 / 16.30 – 19.30 h. Viernes y sábados: 09.30 - 15.00 / 16.30 - 19.30 h. Domingo: 11.30 - 15.00 / 16.30 - 19.30 h. Entrada General: 5 € (incluye audioguía). Residentes Úbeda: 1€ Mayores 65 años y grupos + 4 personas: 4,50 € (con audioguía) Niños 8 a 15 y Gpos.+ 20 pax: 2,50 € (3,50 €, con audioguía) Misa: Domingos/fechos: 10.30 h Libre acceso: 09.30 – 10 (MaS) Dom: 18.30 - 19.30 h.	36
IGLESIA DE SANTA MARIA DE LOS REALES ALCÁZARES. Estilo: Gótico, Mudéjar, Renacimiento, Barroco, Neogótico. Siglos XIII - XIX Plaza Vázquez de Molina, 4 Teléfono visitas: 953 756 583 Móvil celebraciones: 669 885 757 www.santamariadeubeda.es molinareyesblas@gmail.com	Lunes a Domingo: 10.30-13.30 / 17.30-20.00 h. Entrada gratuita lunes y martes 20.00-22.00 h. Taquilla cierra 20 minutos antes del fin horario visita Entrada: 4 € (audioguía) Niños 1.50€. Grupos y jubilad.: 2.50€ Culto: L-S y vísperas festivo: Misa: 21.00h. Domingos y festivos: Misa: 10.00 h.	23
PALACIO VELA DE LOS COBOS. Siglo XVI. Palacio señorial. Autor: Andrés de Vandelvira C/ Juan Montilla, 2 Tel: 953 757 916 (SEMER)	Reserva en SEMER, empresa de Servicios Turísticos (ubicada frente al Palacio). Lunes: Cerrado (Grupos concertar visita) Martes-Sábado: 13.15 y 19.15 horas Domingos: 13.15 h. Tardes cerrado. Sábado 1 y domingo 2 permanecerá cerrado. Precio: 4€ (guía por el dueño del Palacio)	49
IGLESIA DE SAN PABLO. Estilo: Gótico tardío y Renacimiento. Siglos XIII – XVI Plaza 1º de Mayo, s/n. Tel.: 953 750 637	Martes-Sábado: 11.00 – 13.00 / 18.00 - 20.00 h. Domingos y festivos: 11.00 – 13.00 horas. Entrada Gratuita. Lunes cerrado.	47
HOSPITAL DE SANTIAGO. Estilo: Renacentista (1562 – 1575) Andrés de Vandelvira Avenida Cristo Rey, s/n. Tel.: 953 750 842 turismodeubeda.com / promocion@ubeda.es	Lunes – Viernes: 07.00 – 14.00 / 17.00 – 22.00 h. Sábado y Domingo: 10.00 - 14.00. Entrada Gratuita. Planetario: Visitas concertadas: 606 861 075	1
PALACIO DE JUAN VÁZQUEZ DE MOLINA (Ayuntamiento). Estilo: Renacentista. Siglo XVI. Andrés de Vandelvira Plaza Vázquez de Molina, 3. Tel.: 953 750 440 / 953 769 450 turismodeubeda.com / promocion@ubeda.es	Lunes – Martes: 08.00 – 14.00 h. Miércoles - domingos y Festivos: 10.00-14.00/17.00-19.30h. Entrada gratuita.	22
CASA DE LAS TORRES. Estilo: Plateresco. Siglo XVI Plaza de San Lorenzo, s/n. Tel.: 953 779 595	Lunes – Viernes: 09.00 - 14.30 h. Escuela de Artes y Oficios. Sábado, Domingo y Festivos: Cerrado. Entrada Gratuita.	
IGLESIA DE SAN LORENZO (ABIERTO POR OBRAS) Siglo XVI. Estilo Renacentista C/ Miradores de San Lorenzo, s/n. Tel.: 619 889 054 (Manuel Berlanga) fundacionhuertasananantonio@gmail.com	Martes – Jueves: 19.00 - 21.00 h. Visita guiada: 19.00 h. Viernes y Sábado: 11.00 - 13.00 / 18.00 - 21.00 h. Visitas guiadas: 12.00 y 19.00h. Domingo: 11.00 - 14.00 h. Visitas guiadas: 12.00 h. Entrada libre. Los Secretos de San Lorenzo. Visitas guiadas previa reserva y mínimo 5 pax. (5 euros)	14
IGLESIA DE SAN ISIDORO. Estilo: Gótico Renacentista. Siglos XVI – XVII C/ Cronista Muro, s/n. Tel.: 953 750 336	Lunes a Sábado: 11.30 – 13.15 horas. (Entrada por la sacristía) Entrada Gratuita.	4
IGLESIA DE LASANTISIMATRINIDAD. Estilo: Barroco. Siglos XVII – XVIII C/ Calle Trinidad, 2	Lunes- Viernes: 09.00 - 10.30h. Sábado: 19.00 - 21.00 h. Domingo: 10.00-11.00/19.00-21.00h. Entrada gratuita.	57
IGLESIA DE SAN NICOLÁS. Estilo: Gótico y Renacimiento. Siglos XIV - XVI C/San Nicolás, 28. Tel.: 953 756 099	Lunes: 09.00 - 13.00 / 17.00 - 20.00 h. Martes-Viernes: 18.30 – 20.00h. Sábado: 10.00 - 13.00. Domingo: 10.30 – 13.30h. Entrada gratuita	61
IGLESIA DE SAN MIGUEL. Estilo: Barroco. Siglo XX	Lunes-Domingos: 09.00-13.30 h. Sábados y Domingos: 19.00-21.30h.	45
MONASTERIO DE LA CONCEPCIÓN. TESOROS DE LA CLAUSURA Siglo XVII. C/ Montiel, 6. Tel.: 953 750 403 carmelodeubeda@terra.es	Lunes a Domingo: 11.00-13.00/ 18.00-20.00 h. Donativo personal 3€. Donativo grupos 2€ /pax. Venta de dulces artesanos.	66
REAL MONASTERIO DE SANTA CLARA. (Visita a la Iglesia) Plaza de Santa Clara, 5 Tel.: 953 751 106	Lunes - Viernes: 09.00 - 13.00 / 16.00 - 18.00 h. Venta de dulces artesanos.	51
PALACIO DON LUIS DE LA CUEVA. Siglos XV - XVII. Plaza Josefa Manuel, s/n. Tel.: 953 755 711	Lunes – Viernes: 08.00-14.00 horas. Entrada gratuita Sábado, Domingo y Festivos: cerrado.	67
PALACIO ANGUÍS DE MEDINILLA Siglos XVI Plaza Álvaro de Torres, 4. Tel.: 953 796 170	Lunes – Viernes: 08.00-14.00 horas. Entrada gratuita Sábado, Domingo y Festivos: cerrado.	50



Ayuntamiento de Úbeda

Concejalía de Turismo y Patrimonio Mundial
Oficina de Turismo de Úbeda
Plaza de Andalucía Nº 5 Tel.: 953 779 204 Correo e-mail: otubeda@andalucia.org
Tel: 953 750 138/ 953 750 440 Ext.2 / Correo e-mail: promocion@ubeda.es



MUSEOS Y LUGARES DE INTERÉS TURÍSTICO. ÚBEDA

NOMBRE Y DESCRIPCIÓN	HORARIO	Nº EN PLANO
MUSEO ARQUEOLÓGICO (Casa Mudéjar). Siglos XIV al XV C/ Cervantes, 6. Tel.: 953 108 623 museoarqueologicoubeda.ccd@juntadeandalucia.es www.museosdeandalucia.es/cultura/museos/MAUB/	Lunes Cerrado. Martes – Sábado: 09.00 – 15.00h Domingo y Festivos: 09.00 – 15.00h Entrada gratuita.	69
MUSEO SAN JUAN DE LA CRUZ. (Convento San Miguel) Siglos XVI – XX. C/ Carmen, 13. Tel.: 953 750 615 www.museosanjuanadelacruz.es / info@museosanjuanadelacruz.es	Lunes Cerrado. Martes – Domingo: 11.00 – 13.00 h y 17.00 – 19.00 h. Entrada Gral: 3.50€. (con audio guía) Grupos: 2.50	45
MUSEO DE ALFARERÍA PACO TITO. "MEMORIA DE LO COTIDIANO" C/ Valencia, 22. Tel: 953 751 496 -639 669 994 www.pablotito.com / alfar@pablotito.com	Lunes-Sábado: 08.00-14.00 / 16.00-20.00 h. Domingo y Festivos: 10.00 -14.00 horas. Entrada Gratuita.	79
SINAGOGA DEL AGUA. Sinagoga – Vivienda y Baños de Purificación. C/ Roque Rojas (Esquina c/ Las Parras). Tel: 953 758 150 Visita gestionada por la empresa de servicios turísticos: ARTIFICIS www.sinagogaodelagua.com / sinagogaartificis.com	Todos los días: 10.30- 13.30 h. / 17.45 – 20.00 h. Entrada 4,50€, niños y grupos + 15 pers. 3€ Visita guiada.	81
CASA ARTE ANDALUSÍ. Casa palaciega finales s.XV C/ Narváez, 11. Tel.: 619 07 61 32 / 953 75 40 14 www.vandelvira.com / vandelvira@vandelvira.com	(Para visitas preguntar en Vandelvira Turismo en C/Real, 61 o bien llamar a los tf. de contacto) Colección particular.	80
PALACIO GRANADA VENEGAS C/ Beltrán de la Cueva, 3 Tel. 953 754 014 www.vandelvira.com / vandelvira@vandelvira.com	Visitas gestionadas por la empresa Vandelvira Turismo situado en la C/ Real, 61 o bien llamar a los teléfonos de contacto.	82
CENTRO DE INTERPRETACIÓN "OLIVAR Y ACEITE" Corredera de San Fernando, 32 Tf. 953 755 889 www.centrodeolivaryaceitelaloma.com info@centrodeolivaryaceitelaloma.com	Lunes: Cerrado Martes-Sábado: 10.00 – 13.00 / 18.00 – 21.00 h. Domingos y Festivos: 10.00 – 13.00 h. Del 3 al 17 de julio cerrado. Entrada: 3,50€ Grupos + 20: 2,50 € Taller de cata de aceite 1 hora: 9€ Martes-Sábado: 18.00h / Festivos: 11.00h.	64
CENTRO DE INTERPRETACIÓN "ANDRÉS DE VANDELVIRA" Bajos del Palacio Vázquez de Molina. Plaza Vázquez de Molina, 3 Tel: 953 750 138; 953 750 440 Ext.2 www.turismodeubeda.com / promocion@ubeda.com	Lunes y Martes: Cerrado. Miércoles-Domingo: 10.00-14.00/17.00-19.30h. Entrada gratuita.	22
BARRIO DE SAN MILLÁN. Arrabal de origen medieval (surgido al exterior del recinto amurallado) de carácter popular, combina edificaciones históricas con modestas casas de nueva planta.		
BARRIO ALFARERO. Hasta la década de los 70 todas las edificaciones eran alfarerías, Tinajerías, y tejares. Actualmente 4 alfares continúan en funcionamiento. Artesanía demandada a nivel nacional e internacional		78
REDONDA DE MIRADORES. Excelente entorno paisajístico, que abarca una extensa vista panorámica del mar de olivos que rodean la ciudad, visible desde cualquiera de los miradores que la componen.		31
CASAS JUDÍAS. Siglos XV – XVI. En la Gradeta de Sto. Tomás encontramos construcciones, testimonio de la tipología de vivienda que ocupó la comunidad hebrea que habitó Úbeda en época medieval.		43
TRANSPORTE TURÍSTICO		
BUS TURÍSTICO Plaza Vázquez de Molina (frente Parador) Teléfono: 953 793 422	Todos los días: 10.00-14.00/16.30-20.00h. Cada 30 minutos. Ticket: 4 euros Domingo Tarde y Lunes no circula (excepto festivos y Puentes). Se recomienda llamar 953 793 422	
TREN TURÍSTICO Plaza Vázquez de Molina (frente Parador) Teléfono: 953 758 150	Lunes-Viernes: 11.30-14.00 / 16.30-19.30 h. Sábados y Domingos: 10.30-14.00/16.30-19.30h. Cada 30 minutos. Ticket: 4,50 euros adulto. 3,50 euros niños. Se recomienda llamar 953 758 150	

AVISO: La Oficina de Turismo ha elaborado este documento con información facilitada por las propias instituciones, por lo tanto no se responsabiliza de cualquier modificación de los Horarios.



ANEXO 4. INFORME DEL IMPACTO ECONÓMICO. DÍAS 9 Y 10 DE JUNIO EN ÚBEDA

A partir del estudio realizado por la Oficina de Turismo de Úbeda sobre el índice de ocupación hotelera en la ciudad durante los días 9 y 10 de junio (coincidiendo con el concierto inaugural de la gira del cantautor Joaquín Sabina) se realiza este segundo estudio sobre el impacto económico generado por dicho evento.

La estimación económica de la media por habitación ronda los 80€ dicho fin de semana; durante el viernes 9 de Junio la ocupación hotelera fue del 100%, es decir 482 habitaciones lo cual supone una inversión total en la ciudad de 38.560€.

En cuanto a la jornada del sábado 10 de junio la ocupación hotelera estuvo entre el 81% y el 100%, con 427 habitaciones, un 11% menos que la jornada anterior; aun así los datos económicos estimados siguen siendo satisfactorios con un total de 34.160€.

El gasto medio del turista en la ciudad durante ambos días se estima en 65€ aproximadamente según los datos manejados por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, supone una inversión económica de 67.144€ aproximadamente durante el viernes 9 y de 59.865€ durante la jornada del sábado 10.

En Úbeda a 28 de Junio de 2017



ANEXO 5. INFORME SOBRE LA VIABILIDAD DE DECLARACIÓN DE ÚBEDA COMO MUNICIPIO TURÍSTICO DE ANDALUCÍA

En el presente informe se presentan los resultados del análisis del Decreto 72/2017, de 13 de junio, de Municipio Turístico de Andalucía.

Dicho decreto estipula los criterios que debe cumplir un municipio de Andalucía para poder disponer la figura de “municipio turístico”. Ser declarado Municipio Turístico de Andalucía conlleva promover la calidad en la prestación de los servicios municipales al conjunto de la población turística asistida.

Se ha examinado el primer capítulo, que recoge las disposiciones generales, dónde a partir de junio del presente año 2017, se actualizan ciertos condicionantes a considerar para la declaración de municipio turístico.

Antes de estudiar los diferentes criterios, se ha de tener en cuenta que, para poder ser declarado como Municipio Turístico de Andalucía, el municipio en cuestión debe contar con una población de derecho que no supere los cien mil habitantes. Úbeda cuenta con una población de derecho de 34.835 (datos actualizados a 2016 del Padrón Continuo por Unidad Poblacional del nomenclátor del INE).

En base al artículo 2 “Requisitos para la declaración de Municipio Turístico de Andalucía” y más concretamente al apartado A “población turística asistida”, se establece que un municipio debe cumplir al menos uno de los siguientes condicionantes:

- Visitas turísticas: El Decreto determina que se ha de acreditar que el principal recurso turístico del municipio “debe tener un conteo diario cinco veces superior al de la población de derecho según la última cifra oficial del padrón municipal, estando esa afluencia repartida en más de treinta días al año”.

A datos del año 2016, Úbeda cuenta con un total de 69.193 visitas anuales (Encuesta de Ocupación Hotelera, 2016). Este dato apenas duplica la población de derecho del municipio,



lejos del valor mínimo exigido (174.175 visitantes). Por lo tanto, Úbeda NO cumple este requisito.

- Pernoctaciones: En este apartado, se evalúan dos criterios, independientes entre sí. El primero de ellos expresa que el municipio debe tener un número de pernoctaciones diarias en media anual superior al 10% de la población de derecho del propio municipio.

El total anual de pernoctaciones 69.193. Para calcular el número de pernoctaciones diarias se divide por 365 (días del año). El resultado es 189,56.

Por otra parte, se calcula el 10% de la población de derecho de Úbeda. El resultado es 3.484 habitantes.

Una vez se tengan ambos, queda claro que NO se cumple este requisito, puesto que 189,56 no supera el mínimo establecido.

El segundo de ellos expone que si se alcanza el mismo porcentaje de población de derecho que el punto anterior y el cual al menos en 3 meses al año, podría cumplirse el criterio.

Tabla 1: Pernoctaciones mensuales y estimación de las diarias. Año 2016.

Periodo	Pernoctaciones	Pernoctaciones al mes/30
ene-16	6.247	208,23
feb-16	7.214	240,47
mar-16	11.803	393,43
abr-16	9.527	317,57
may-16	11.711	390,37
jun-16	8.548	284,93
jul-16	8.940	298,00
ago-16	11.149	371,63
sep-16	10.379	345,97
oct-16	12.442	414,73
nov-16	7.544	251,47
dic-16	9.625	320,83

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía.



En primer lugar, como se comprueba en la tabla anterior, se ha debido dividir por 30 el número total de pernoctaciones. Esto da una estimación diaria sobre las pernoctaciones en Úbeda. Para cumplir con el requisito este resultado debe ser superior (al menos en 3 veces) al 10% de la población de derecho de Úbeda (3484 habitantes). Como se puede comprobar, ningún mes se acerca a ese número mínimo. Por lo tanto NO se cumple el requisito.

Una vez se tienen estos resultados, se corrobora que en el apartado A no hay ningún requisito que se cumpla en el municipio de Úbeda. En definitiva, a pesar de que cumplan los 4 apartados siguientes (oferta turística, plan municipal de calidad turística y al menos tres elementos de valoración), no puede aplicarse la figura de Municipio Turístico en Úbeda.

En Úbeda a 3 de julio de 2017.



ANEXO 6. INFORME DE LA OFICINA DE TURISMO SOBRE LAS XIV FIESTAS DEL RENACIMIENTO

El primer fin de semana de julio se celebró en Úbeda las XIV Fiestas del Renacimiento en nuestra ciudad, fiestas que conmemoran la declaración de Úbeda y Baeza como Ciudades Patrimonio de la Humanidad el 3 de julio de 2.003.

Durante esta festividad la ciudad revive su esplendor durante el siglo XVI y la oferta complementaria se amplía con una serie de actividades como teatro, danzas, exposiciones y conciertos especiales... y algunos restaurantes ponen a disposición de todo aquel que así lo desee menús especiales; este año los han realizado el Parador de Turismo de Úbeda “Condestable Dávalos” y el Restaurante “El Marqués”.

Los datos manejados desde la Oficina de Turismo apuntan una tasa de participación ciudadana y turística positiva; respecto al turismo, durante los días 30 de junio, 1 y 2 de julio fueron muchos los turistas que visitaron nuestra ciudad interesados en estas fiestas.

Así pues, fueron un total de 422 turistas los que visitaron nuestra oficina con el objetivo de recabar información sobre estas fiestas y su programación oficial. Comparativamente con el fin de semana previo a las fiestas (23, 24 y 25 de junio) el total de turistas que pasaron por nuestra oficina fue de 176 turistas.

Por tanto, estas fiestas han supuesto casi el triple de visitantes respecto al fin de semana anterior y se reafirma un año más la buena acogida por parte de la ciudadanía y del turismo de esta festividad.

En cuanto a la ocupación hotelera, la mayoría de los alojamientos turísticos de la ciudad nos han facilitado los datos de los días 30 de junio y 1 de julio, a excepción del hotel “Las Casas del Cónsul”, “La Paz”, Ordoñez Sandoval u “Hospedería Yamarías”; el hostel “Santa María de Úbeda” y la casa rural “La Casería de Tito”.



Por tanto, la ocupación hotelera del viernes 30 de junio obtuvo una media de 65% frente a un 63% del año anterior. Y respecto al sábado 1 de junio, estos alojamientos tuvieron una ocupación media del 74%, mientras que ese mismo sábado del año anterior, la ocupación rondaba el 62%, por lo tanto supone un incremento del 12% en 2017.

Los hoteles con la ocupación hotelera al 100% durante los dos días, han sido:

- Hotel “Álvaro de Torres”
- Hotel “El Postigo”
- Hotel “Palacio de la Rambla”
- Apartamentos Turísticos “Fuente Redonda”
- Pensión “San Miguel”

Mientras que el hotel “Nueve Leyendas”, “Álvar Fáñez” y la pensión “Victoria” tuvieron una ocupación hotelera del 100% el sábado 1 de julio.

Al realizar el estudio de ocupación, nos informaron dos de los establecimientos que su ocupación del 100% se debía a la celebración de bodas durante ese fin de semana, y al cumpleaños de un conocido de la ciudad.

Además, podemos añadir que tanto desde la oficina de turismo como desde la mayoría de los alojamientos turísticos de la ciudad se ha informado a los turistas acerca de la celebración de las Fiestas del Renacimiento, puesto que muchos de ellos no tenían conocimiento de dichas fiestas.

Coincidiendo también en que la celebración de estas fiestas es un factor positivo para el desarrollo del turismo en nuestra ciudad.

En Úbeda a 5 de julio de 2017.



ANEXO 7. PROGRAMACIÓN CULTURAL DEL 1 AL 15 DE JULIO DE 2017

EXPOSICIÓN DE ILUSTRACIONES “DIBUJAR PARA CONTARLO”



Fecha: Del 19 de Mayo al 2 de Julio.

Autor: Nono Granero.

Lugar: Iglesia de San Lorenzo.

Organiza: Fundación Huerta de San Antonio.

Patrocina: Editorial Libre Albedrío y Canica Books

EXPOSICIÓN COLECTIVA DE ARTISTAS PLÁSTICOS ATENEA XXI



Fecha: Del 2 de Junio al 2 de Julio.

Lugar: Sala 'Pintor Elbo' del Hospital de Santiago.

Horario: Habitual de exposiciones.

Inauguración: 2 de junio a las 20,30 horas.

Organiza: Asociación Atenea XXI.

Colabora: Área de Cultura del Ayuntamiento de Úbeda.

FIESTAS DEL BARRIO SAN PEDRO DE ÚBEDA



Fecha: del 29 de junio al 2 de julio.

Organiza: Asociación de Vecinos 'Barrio San Pedro'.

Colabora: Ayuntamiento de Úbeda.

EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA X AÑOS DE LOS EXCLUIDOS



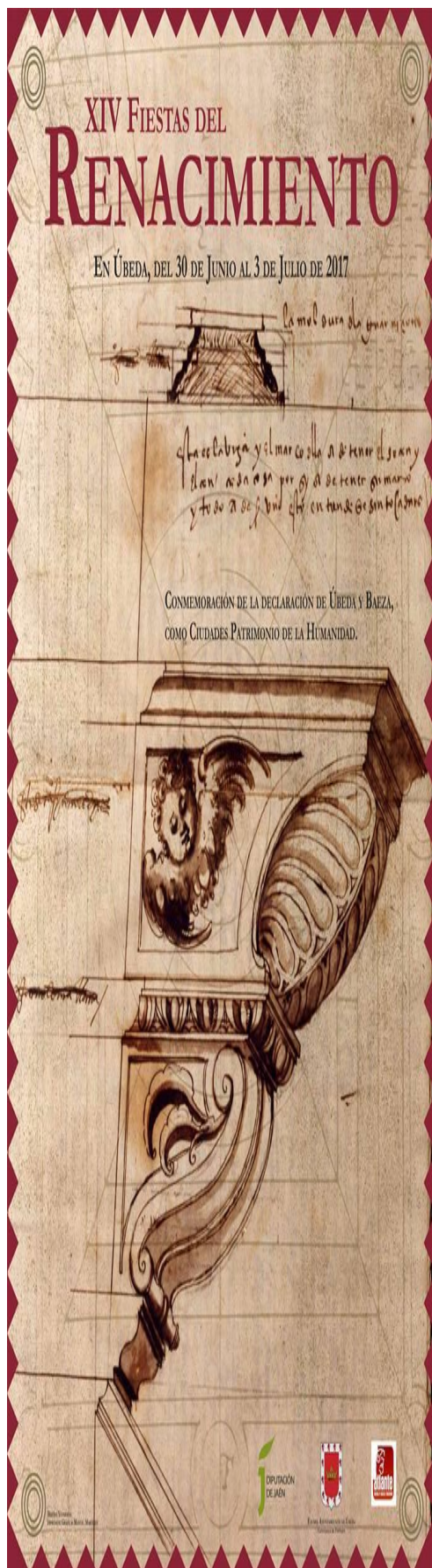
Fecha: del 22 de junio al 16 de julio.

Lugar: Sala de Exposiciones 'Pintor Juan Esteban' del Hospital de Santiago.

Horario: Habitual de Exposiciones.

Organiza: Fundación de la Caja Rural de Jaén.

Colabora: Área de Cultura del Ayuntamiento de Úbeda.



FIESTAS DEL RENACIMIENTO, ÚBEDA 2.017

Del viernes 30 de junio al lunes 3 de julio
PROGRAMACIÓN

VIERNES 30 DE JUNIO.

19.30h. Apertura del mercado renacentista y tabernas.

20.00 a 24.00h. “La ciencia en el Renacimiento”.

Actividades: Visita guiada al Planetario: “Visión renacentista de los orbes celestes”.

Visita guiada al Museo de la Ciencia del Hospital de Santiago: “Experiencias clásicas: del Renacimiento a la actualidad”.

21.00h. Entrada en Úbeda del Emperador Carlos I de España y V de Alemania, acompañado por el séquito imperial. Inicio de recorrido: Hospital de Santiago. Final de recorrido: Eras del Alcázar.

21.30h. Jura de los fueros. Lugar: Plaza de Andalucía.

21.45h. Encuentro de bandas de música “Úbeda, ciudad del Renacimiento”. Inicio del recorrido: Plaza de Abastos. Final de recorrido: Plaza Vázquez de Molina.

22.00h. Paseo del séquito imperial e inauguración del mercado renacentista y las tabernas.

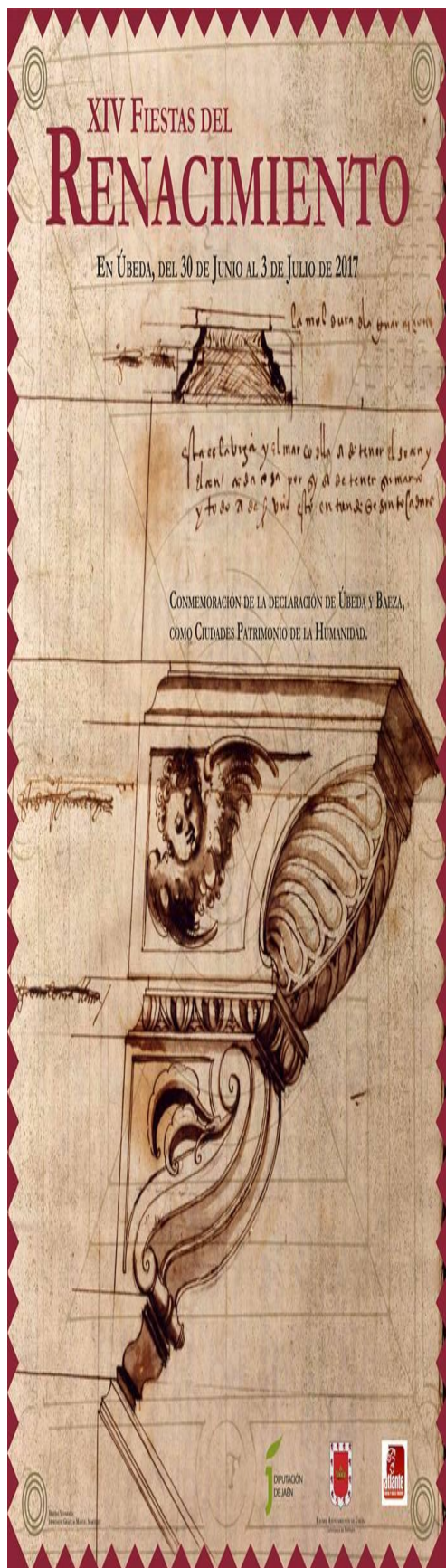
22.00h. Inauguración de actividades, exposiciones y talleres de las Fiestas del Renacimiento: Demostración de oficios antiguos, campamento militar, granja de abastecimiento, paseos en ponis, exposición de aves rapaces, paseos de serpientes, tiro con arco, exposición de aparatos de tortura, exposición de inventos de Leonardo Da Vinci, etc.

22.00h. Pasacalles musical (durante toda la noche).

22.00h Observación astronómica con instrumentos clásicos. Reproducciones de telescopios de Galileo, Newton y Herschel. Lugar: Hospital de Santiago.

22.00h. Concierto del encuentro de bandas de música “Úbeda, Ciudad del Renacimiento”.

22.30h. Ciclo de cine histórico. Lugar: Plaza de Toros: “CORAZONES DE ACERO”, de David Ayer, 2.014.



23.00h. Bailes del Renacimiento. Lugar: Plaza Vázquez de Molina, fachada del Ayuntamiento.

24.00h. Espectáculo de danza oriental. Lugar: Fachada del Ayuntamiento.

24.00h. Espectáculo de magia. Lugar: Eras del Alcázar.

01.30h. Concierto música celta. Lugar: Plaza del Ayuntamiento.

SÁBADO 1 DE JULIO.

19.30h. Apertura del mercado renacentista, actividades y talleres.

19.30h. Visita guiada gratuita. Por Atlante Turismo. Inscripciones hasta agotar plazas en la sede de Atlante, Plaza Vázquez de Molina s/nº.

20.00, 22.00, 23.30h. Función de títeres. Lugar: Puerta trasera del Palacio Marqués de Mancera.

20.00h. Pasacalles musical por el mercado.

20.00h. Pasacalles de danza del vientre por el mercado.

20.15h. Paseo de ocas por el mercado.

20.30h. Vuelo de aves rapaces por el mercado.

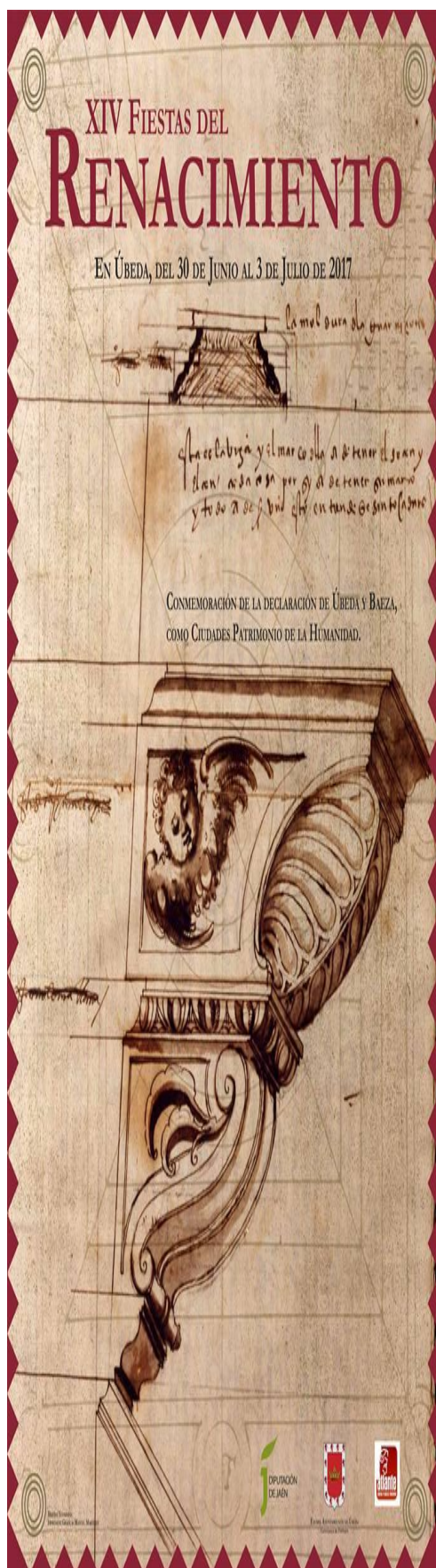
21.00h. Pasacalles de bandas de música “Úbeda, ciudad del Renacimiento”. Inicio del recorrido: Plaza de Abastos. Final de recorrido: Plaza Vázquez de Molina.

21.00h. Paseo de ogros por el mercado.

21.15h. Desfile y exhibiciones del grupo histórico de abanderados de Italia por el mercado.

21.30h. Pasacalles de acróbatas con malabares y equilibrios por el mercado.

21.30h. Concierto de música renacentista a cargo de la Agrupación Coral Ubetense.
Lugar: Patio del Palacio Juan Vázquez de Molina.



22.00h. Espectáculo teatral “Los locos del carro” recorre el mercado.

22.30h. Combate de capa y espada. Lugar: Eras del Alcázar.

22.30h. Ciclo de cine histórico. Lugar: Plaza de Toros. “MASTER AND COMMANDER: AL OTRO LADO DEL MUNDO”. Peter Weir. 2.003

23.00h. Pasaje del terror del Renacimiento. Lugar: Callejón de Santa María.

23.00h. Espectáculo de hipnosis. Lugar: Fachada del Ayuntamiento.

23.15h. Pasacalles de zancudos, malabaristas y contorsionistas por el mercado.

01.15h. Espectáculo de fuego, malabares y telas aéreas. Lugar: Fachada del Ayuntamiento.

01.30h. Concierto música celta. Lugar: Plaza del Ayuntamiento.

DOMINGO 2 DE JULIO.

19.30h. Apertura del mercado renacentista, actividades y talleres.

19.30h. Visita guiada gratuita. Por Atlante Turismo. Inscripciones hasta agotar plazas en la sede de Atlante, Plaza Vázquez de Molina s/nº.

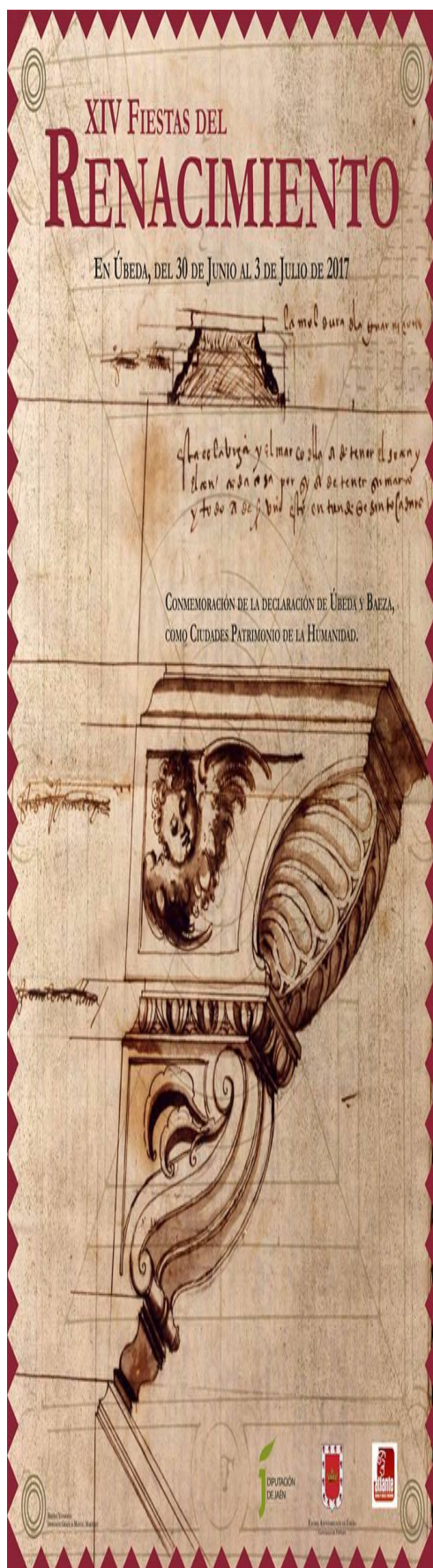
20.00, 22.00, 23.30h. Función de títeres. Lugar: Puerta trasera del Palacio Marqués de Mancera.

20.00h. Pasacalles musical por el mercado.

20.00h. Pasacalles de danza del vientre por el mercado.

20.15h. Paseo de ocas por el mercado.

20.30h. Vuelo de aves rapaces por el mercado.



21.00h. Concierto de música renacentista por “Syntagma Musicum”.

Lugar: Jardín del Palacio Anguís Medinilla.

21.00h. Paseo de ogros por el mercado.

21.15h. Desfile y exhibiciones del grupo histórico de abanderados de Italia por el mercado.

22.00h. Espectáculo teatral “Los locos del carro” recorre el mercado. Recorre el mercado.

22.00h. Pasacalles de zancudos, malabaristas y contorsionistas por el mercado.

22.30h. Combate de capa y espada. Lugar: Eras del Alcázar.

22.30h. Ciclo de cine histórico. Lugar: Plaza de Toros. “LOS SUFRAGISTAS” Sarah Gavron, 2015

22.30h. Concierto de velas. Lugar: Patio del Palacio Juan Vázquez de Molina.

23.00h. Pasaje del terror del Renacimiento. Lugar: Callejón de Santa María.

01.00h. Espectáculo de fuego y acrobacias. Lugar: Fachada del Ayuntamiento.

01.30h. Espectáculo de fuego, malabares y telas aéreas. Lugar: Fachada del Ayuntamiento.

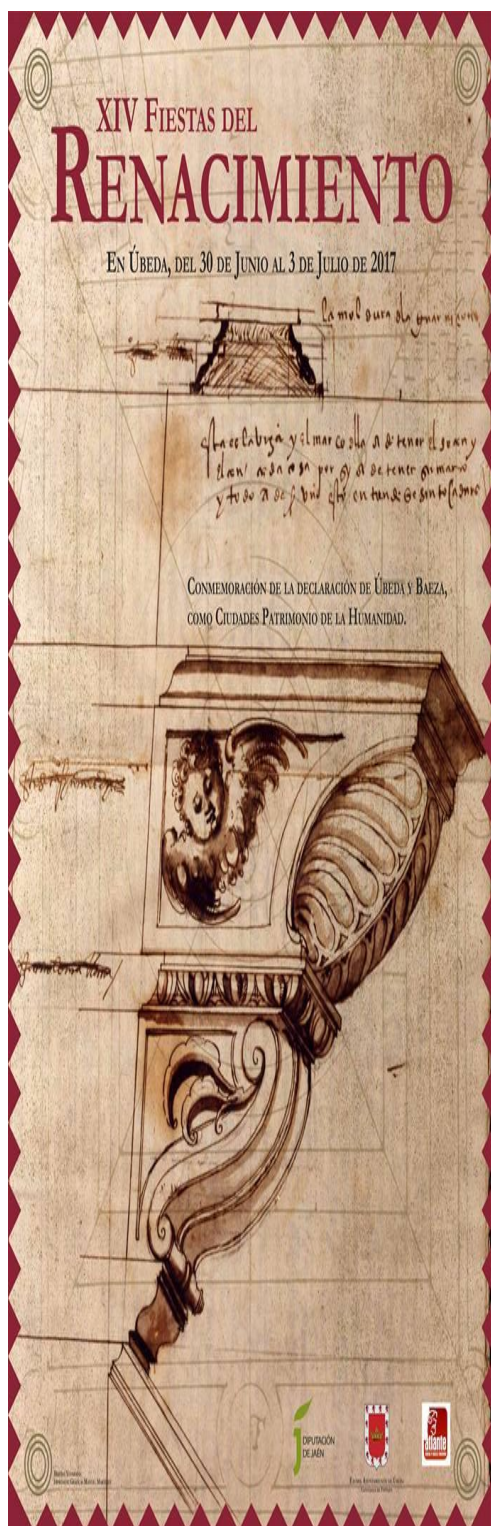
LUNES 3 DE JULIO.

19.30h. Apertura del mercado renacentista, actividades y talleres.

19.30h. Visita guiada gratuita. Por Atlante Turismo. Inscripciones hasta agotar plazas en la sede de Atlante, Plaza Vázquez de Molina s/nº.

20.00 y 22.00h. Función de títeres. Lugar: Puerta trasera del Palacio Marqués de Mancera.

20.00h. Desfile y exhibiciones del grupo histórico de abanderados de Italia por el mercado.



20.00h. Pasacalles de danza del vientre por el mercado.

20.15h. Paseo de ocas por el mercado.

20.30h. Vuelo de aves rapaces por el mercado.

20.30h. Pasacalles de acróbatas con malabares y equilibrio por el mercado.

21.00h. Paseo de ogros por el mercado.

21.30h. Mennenquin challenge por todo el mercado.

21.30h. Espectáculo “Shakespeare, textos escogidos”.
Lugar: Patio del Palacio Juan Vázquez de Molina.

22.00h. Pasacalles de zancudos, malabaristas y contorsionistas por el mercado.

22.00h. Espectáculo faquir. Lugar: Plaza Vázquez de Molina (fachada del Ayuntamiento).

23.00h. Pasaje del terror del Renacimiento. Lugar: Callejón de Santa María.

23.00, 23.45 y 00.15h. Mapping fachada de El Salvador: Espectáculo especial conmemorativo del 14º aniversario de la declaración de Úbeda y Baeza como ciudades Patrimonio Mundial.
Lugar: Plaza Vázquez de Molina, fachada de El Salvador.

00.00h. Espectáculo de fuego y acrobacias. Lugar: Plaza Vázquez de Molina, fachada del Ayuntamiento.

00.30h. Espectáculo de fuego, malabares y telas aéreas. Lugar: Fachada del Ayuntamiento.

INFORMACIÓN ADICIONAL:

MENÚS ESPECIALES:

Parador de Turismo “Condestable Dávalos”: 29€ (bebida incluida).

Restaurante “El Marqués”: 12€ (IVA y bebida no incluida).

SERVICIO DE LUDOTECA GRATUITA:

Plaza de la Yedra. Horario: de 21.30h a 1.30h diariamente.

CONCURSO DE FOTOGRAFÍA.



ÚBEDA Y BAEZA TE RECIBEN DE 10

Fecha: del 1 al 31 de julio.

Información y reservas: ubedabaeza10.com

Organiza: Asociación para el Desarrollo Turístico de Úbeda y Baeza TUBBA.

Colabora: Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía, Diputación Provincial de Jaén, Ayuntamiento de Úbeda, Ayuntamiento de Baeza, ALCISER, ABISC.

Nota informativa:

Para poder disfrutar del descuento del 15% debe reservar directamente con el alojamiento seleccionado e indicar en el momento de la reserva el código promocional que encontrará en su tarjeta ÚBEDA BAEZA PASS (puedes descargarla de forma gratuita en (ubedabaeza10.com)).



Antonio Muñoz Molina “De Úbeda a Mágina, la forja de un escritor”

Fecha: del 13 de junio al 7 de julio.

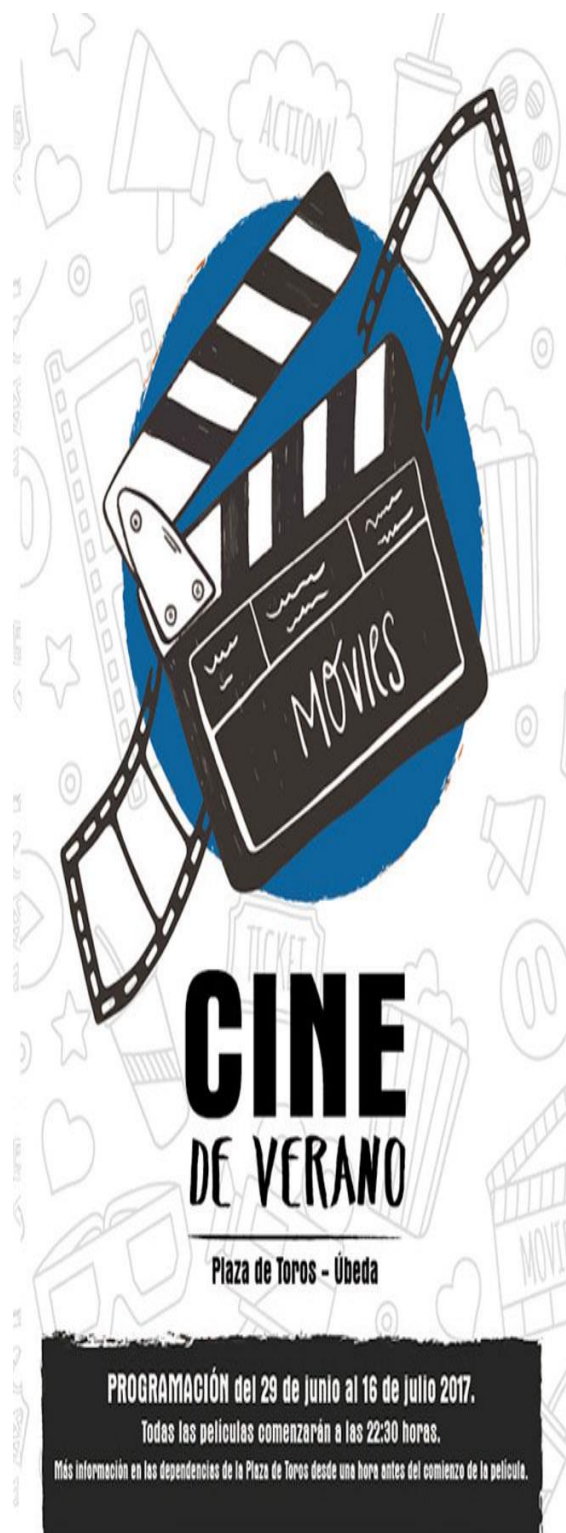
Lugar: Escuela de Artes – Casa de las Torres.

Horario: Habitual de Exposiciones.

Promueve: Fundación Huerta de San Antonio.

Financia: UNED (Centro asociado “Andrés de Vandelvira” de la provincia de Jaén).

CINE DE VERANO



Fechas: Del 29 de junio al 16 de julio

Jueves 6 de Julio

“LA BELLA Y LA BESTIA”

Hora: 22:30 h

Lugar: Plaza de Toros

Viernes 7 de Julio

“BATMAN VS SUPERMAN: El amanecer de la justicia”

Hora: 22:30 h

Lugar: Plaza de Toros

Sábado 8 de Julio

“EL RENACIDO”

Hora: 22:30 h

Lugar: Plaza de Toros

Domingo 9 de Julio

“ANNIE”

Hora: 22:30 h

Lugar: Plaza de Toros

Jueves 13 de Julio

“REGRESO AL FUTURO”

Hora: 22:30 h

Lugar: Plaza de Toros



Viernes 14 de Julio

“SEVEN”

Hora: 22:30 h

Lugar: Plaza de Toros

Sábado 15 de Julio

“GHOST: Más allá del amor”

Hora: 22:30 h

Lugar: Plaza de Toros

Domingo 16 de Julio

“LA VISITA”

Hora: 22:30 h

Lugar: Plaza de Toros

JOAQUÍN SABINA: ACTO NOMBRAMIENTO DE HIJO PREDILECTO Y ENTREGA DE LA MEDALLA DE ORO DE LA CIUDAD DE ÚBEDA



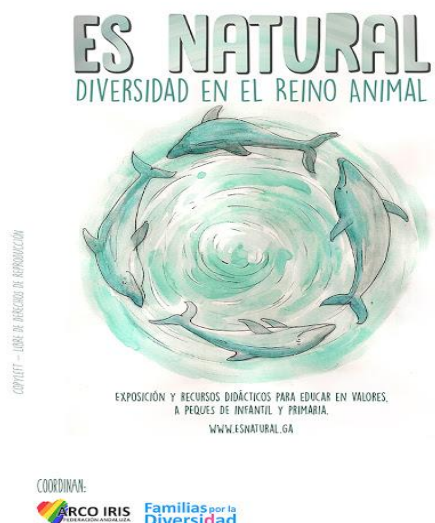
Fecha: 9 de Julio.

Lugar: Auditorio Hospital de Santiago.

Hora: 13.00h.

Organiza: Ayuntamiento de Úbeda.

EXPOSICIÓN: 'ES NATURAL: DIVERSIDAD EN EL REINO ANIMAL'



Fecha: del 28 de junio al 19 de julio.

Lugar: Galería Superior del Hospital de Santiago de Úbeda.

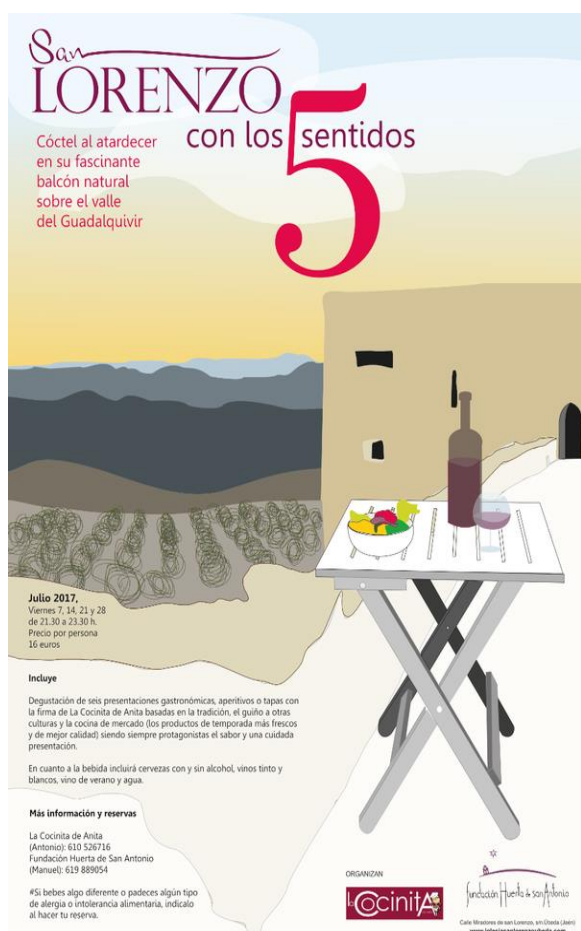
Horario: Habitual de Exposiciones.

Coordinan: Federación Andaluza Arco Iris, Familias por la Diversidad.

Colabora: Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Úbeda.

SAN LORENZO CON LOS 5 SENTIDOS

“Coctel al atardecer en su fascinante balcón natural sobre el valle del Guadalquivir”



Fechas: Viernes: 7, 14, 21 y 28

Hora: De 21.30 h – 23.30 h

Precio: 16€/personas

Incluye: Degustación de seis presentaciones gastronómicas, aperitivos o tapas con la firma de La Cocinita de Anita basadas en la tradición, el guiño a otras culturas y la cocina de mercado (los productos de temporada más frescos y de mejor calidad) siendo siempre protagonistas el sabor y una cuidada presentación. En cuanto a la bebida incluirá cerveza con y sin alcohol, vinos tinto y blanco, vino de verano y agua.

Más información y reservas:

La Cocinita de Anita: (Antonio)
610526716

Fundación Huerta de San Antonio:
(Manuel) 619889054

Online: www.entradium.com

*Si bebes algo diferente o padeces algún tipo de alergia o intolerancia alimentaria, indícalo en la reserva.

ANEXO 8. PROGRAMACIÓN CULTURAL DEL 15 AL 31 DE JULIO DE 2017

EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA X AÑOS DE LOS EXCLUIDOS



Fecha: del 22 de junio al 16 de julio.

Lugar: Sala de Exposiciones 'Pintor Juan Esteban' del Hospital de Santiago.

Horario: Habitual de Exposiciones.

Organiza: Fundación de la Caja Rural de Jaén.

Colabora: Área de Cultura del Ayuntamiento de Úbeda.



ÚBEDA Y BAEZA TE RECIBEN DE 10

Fecha: del 1 al 31 de julio.

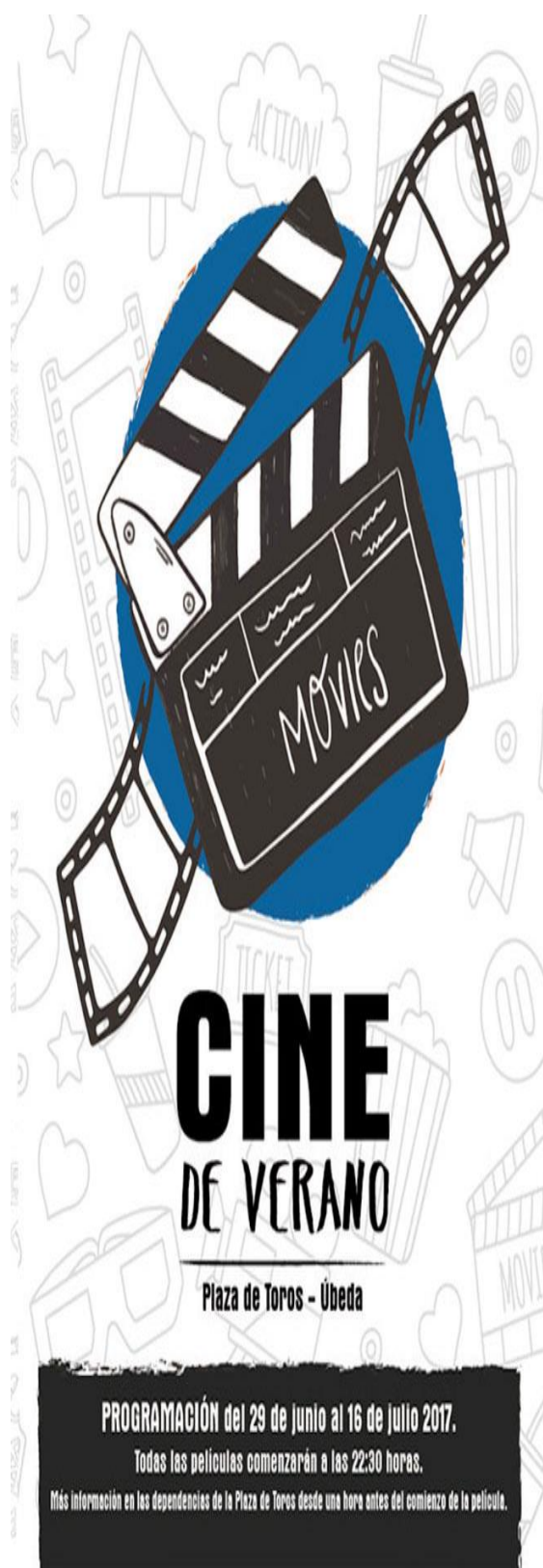
Información y reservas: ubedabaeza10.com

Organiza: Asociación para el Desarrollo Turístico de Úbeda y Baeza TUBBA.

Colabora: Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía, Diputación Provincial de Jaén, Ayuntamiento de Úbeda, Ayuntamiento de Baeza, ALCISER, ABISC.

Nota informativa:

Para poder disfrutar del descuento del 15% debe reservar directamente con el alojamiento seleccionado e indicar en el momento de la reserva el código promocional que encontrará en su tarjeta ÚBEDA BAEZA PASS (puedes descargarla de forma gratuita en (ubedabaeza10.com)).



CINE DE VERANO

Fechas: Del 29 de junio al 16 de julio

Sábado 15 de julio

“GHOST: Más allá del amor”

Hora: 22:30 h.

Lugar: Plaza de Toros

Domingo 16 de julio

“LA VISITA”

Hora: 22:30 h.

Lugar: Plaza de Toros

Jueves 20 de julio

“MATILDA”

Hora: 22.15 h.

Lugar: Plaza de Toros

Viernes 21 de julio.

“OCHO APELLIDOS CATALANES”

Hora: 22.15 h.

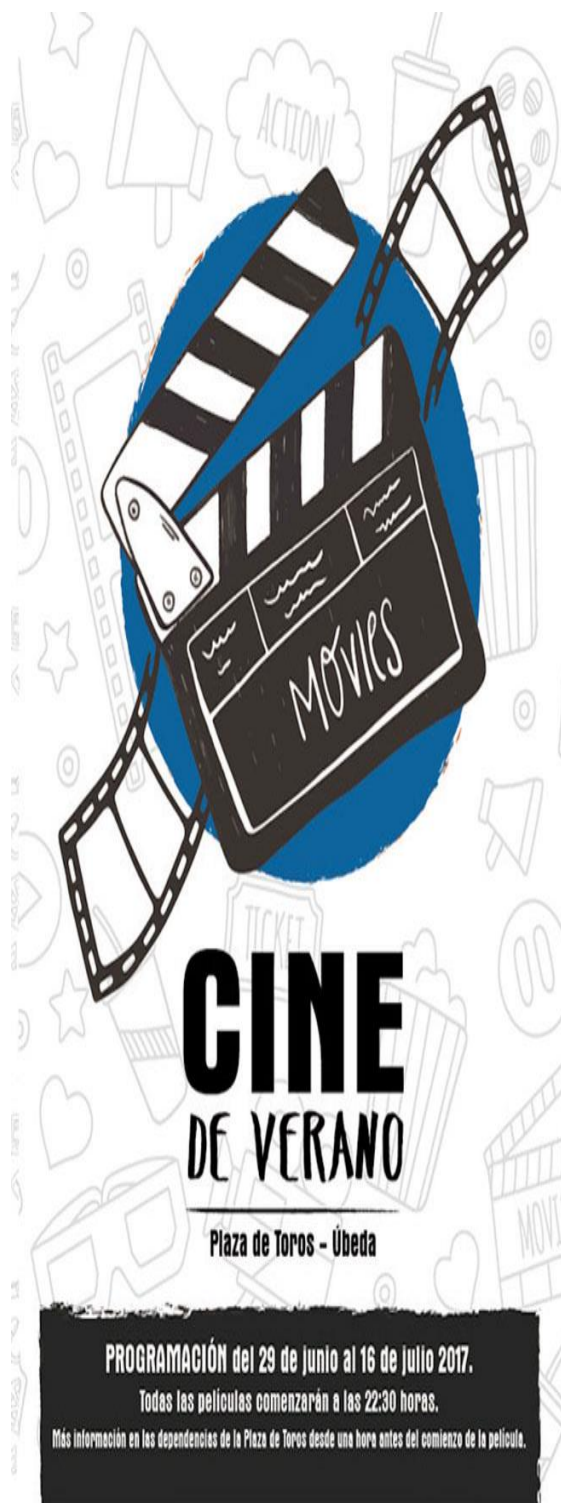
Lugar: Plaza de Toros

Sábado 22 de julio.

“CAZAFANTASMAS”

Hora: 22.15 h.

Lugar: Plaza de Toros



Domingo 23 de julio.

“AMOR SIN CITA PREVIA”

Hora: 22.15 h.

Lugar: Plaza de Toros

Jueves 27 de julio.

“ANGRY BIRDS: LA PELÍCULA”.

Hora: 22.15 h.

Lugar: Plaza de Toros

Viernes 28 de julio.

“EL GOLPE”

Hora: 22.15 h.

Lugar: Plaza de Toros

Sábado 29 de julio.

“ACROSS THE UNIVERSE”

Hora: 22.15 h.

Lugar: Plaza de Toros

Domingo 30 de julio.

“LA NIEBLA DE STEPHEN KING”

Hora: 22.15 h.

Lugar: Plaza de Toros



EXPOSICIÓN: 'ES NATURAL: DIVERSIDAD EN EL REINO ANIMAL'



Fecha: del 28 de junio al 19 de julio.

Lugar: Galería Superior del Hospital de Santiago de Úbeda.

Horario: Habitual de Exposiciones.

Coordinan: Federación Andaluza Arco Iris, Familias por la Diversidad.

Colabora: Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Úbeda.

CENA TEATRALIZADA



Fecha: 22 de julio, 5 y 12 de agosto.

Lugar: Patio Renacentista del Parador Nacional (Palacio del Dean Ortega).

Horario: 21.00 h.

Organiza: Evento organizado por el propio Parador



San LORENZO
Cóctel al atardecer en su fascinante balcón natural sobre el valle del Guadalquivir

con los **5** sentidos

Julio 2017.
Viernes 7, 14, 21 y 28
de 21.30 a 23.30 h.
Precio por persona
16 euros

Incluye
Degustación de seis presentaciones gastronómicas, aperitivos o tapas con la firma de La Cocinita de Anita basadas en la tradición, el guiño a otras culturas y la cocina de mercado (los productos de temporada más frescos y de mejor calidad) siendo siempre protagonistas el sabor y una cuidada presentación.
En cuanto a la bebida incluirá cervezas con y sin alcohol, vinos tinto y blancos, vino de verano y agua.

Más información y reservas
La Cocinita de Anita
(Antonio): 610 526716
Fundación Huerta de San Antonio
(Manuel): 619 889054
*Si bebes algo diferente o padeces algún tipo de alergia o intolerancia alimentaria, indicarlo al hacer tu reserva.

ORGANIZAN
La Cocinita de Anita
Fundación Huerta de San Antonio
Calle Miraflores de San Lorenzo, s/n (Céntrica Urbana)
www.iglesia-sanlorenzodeandalucia.com

SAN LORENZO CON LOS 5 SENTIDOS **“Cóctel al atardecer en su fascinante balcón natural sobre el valle del Guadalquivir”**

Fechas: viernes: 7, 14, 21 y 28

Hora: De 21.30 h – 23.30 h

Precio: 16€/personas

Incluye: Degustación de seis presentaciones gastronómicas, aperitivos o tapas con la firma de La Cocinita de Anita basadas en la tradición, el guiño a otras culturas y la cocina de mercado (los productos de temporada más frescos y de mejor calidad) siendo siempre protagonistas el sabor y una cuidada presentación. En cuanto a la bebida incluirá cerveza con y sin alcohol, vinos tinto y blanco, vino de verano y agua.

Más información y reservas: La Cocinita de Anita: (Antonio) 610526716

Fundación Huerta de San Antonio: (Manuel) 619889054

Online: www.entradium.com

***Si bebes algo diferente o padeces algún tipo de alergia o intolerancia alimentaria, indícalo en la reserva.**

Barriada de la PUERTA DEL SOL

PROGRAMACIÓN DE ACTOS EN HONOR A NUESTRO PATRÓN SANTIAGO APÓSTOL

DÍA 17 DE JULIO: 9 DE LA NOCHE, JUEGOS DE LA SILLA Y DE LA ESCALERA.	DÍA 22 DE JULIO: 10,30 DE LA NOCHE, EL PUBLI SUR Y SUS COSAS.
DÍA 18 DE JULIO: 9 DE LA NOCHE, JUEGOS DEL AGUA Y DE LA SOGA.	6 DE TARDE, SEGUNDA GYMKANNA, todos los niños participantes se reunirán en la Sede Social.
DÍA 19 DE JULIO: 9 DE LA NOCHE, CARRERA DE SACOS Y CARRERA DEL HUEVO PARA NIÑOS (distintas edades) Y MAYORES.	11 DE LA NOCHE, TRÍO MUSICAL DE CÓRDOBA.
DÍA 20 DE JULIO: 9,30 DE LA NOCHE, MARATÓN (mayores y pequeños) POPULAR POR DISTINTAS CALLES DE NUESTRO BARRIO.	DÍA 23 DE JULIO: 13 HORAS, DÍA DE CONVIVENCIA.
En todos los juegos y Maratón, habrá primeros y segundos premios.	12 DE LA MAÑANA, CONCENTRACIÓN DE BICICLETAS y recorrido por las calles de nuestro barrio.
DÍA 21 DE JULIO: 9 DE LA NOCHE, GIGANTES Y CABEZUDOS, acompañados por la BANDA DE CORNETAS Y TAMBORES DE LA ILUSTRE COFRADÍA DEL STMO. SEPULCRO DE SABIOTE.	DÍA DEL NIÑO: Para que los niños disfruten de él como todos los años.
ORQUESTA JARDÍN SUR: 10 DE LA NOCHE.	9,30 DE LA NOCHE, PAYASOS.
VELADA FLAMENCA, 11,30 DE LA NOCHE, con los cantaores: EL TATO, PACO SÁNCHEZ, EL NIÑO DE LA CARMEN Y JOSÉ COSTALES. Guitarrista: RAFAEL EL PEREJIL.	10,30 DE LA NOCHE, la gran artista de la copla y el flamenco, ISABEL RICO.
Cerrará la noche, ORQUESTA JARDÍN.	12 DE LA NOCHE, CORO ROCERO SANTIAGO APÓSTOL (hasta fin de fiesta, 1 de la madrugada).

COLABORA

FIESTAS DE LA BARRIADA 'PUERTA DEL SOL' DE ÚBEDA

Fecha: del 17 al 23 de julio

Lugar: Barrio Puerta del Sol

PROGRAMACIÓN

Día 17 de julio: 21.00h. Juegos de la silla y de la escalera.

Día 18 de julio: 21.00 h. juegos del agua y de la sogá.

Día 19 de julio: 21.00h. Carrera de sacos y carrera del huevo para niños (distintas edades) y mayores.

Día 20 de julio: 21.30h de la noche, maratón (mayores y pequeños) popular por distintas calles de nuestro barrio. En todos los juegos y maratón, habrá primeros y segundos premios.

Día 21 de julio:

- 21.00h, gigantes y cabezudos, acompañados por la banda de cornetas y tambores de la ilustre cofradía del Stmo. Sepulcro de Sabiote.

- 22.00: Orquesta jardín sur.

- 23,30 Velada flamenca, con los cantaores: el tato, paco Sánchez, el niño de la Carmen y José costales. Guitarrista: Rafael el perejil.

- Cerrará la noche, orquesta jardín.

Día 22 de julio:

- 18.00h, segunda gymkhana, todos los niños participantes se reunirán en la sede social.

- 22.30h, el publi sur y sus cosas.

- 23.00h, trío musical de córdoba.

Día 23 de julio

- 12.00h: concentración de bicicletas y recorrido por las calles de nuestro barrio.

- 13.00h: día de convivencia. Día del niño.

- 21.30h: payasos.

- 20.30h, la gran artista de la copla y el flamenco, Isabel rico.

00.00h, coro rocero Santiago apóstol (hasta fin de fiesta, 1 de la madrugada).

Organiza: Asociación Vecinal Puerta del Sol.

Colabora: Carrefour Úbeda



CINEFAN OPEN CONCERT: STAR WARS FAN CONCERT – CINEFAN FESTIVAL DE ÚBEDA.



Fecha: del 21 al 23 de julio.

VIERNES 21 DE JULIO

Lugar: Patio del Hospital de Santiago.

Horario: 22:30h.

Información: Las entradas se pueden retirar en el local comercial de SEMER Turismo y Cultura (C/Juan Montilla,3) desde el miércoles 5 de julio hasta dos horas antes de los conciertos o directamente en la taquilla del Hospital de Santiago en la hora y media previa a los conciertos, el viernes 21 y el sábado 22.

→ CINEFAN OPEN CONCERT: STAR WARS FAN CONCERT

Concierto a cargo de la Banda Sinfónica de Jaén.

Director: Óscar Musso Buendía.

PROGRAMA

STAR WARS TRILOGY

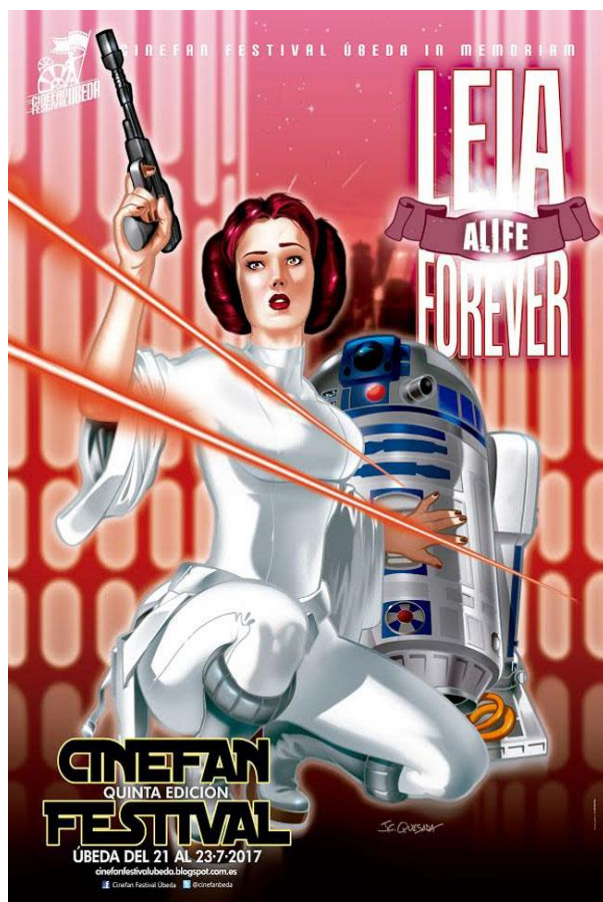
The Imperial March.
Princess Leia's Theme.
The Battle in the Forest.
Yoda's Theme.
Main Theme.

STAR WARS SAGA

May the force be with you.
Cantina Band.
The Phantom Menace.
Duel of the fates.
Anakin's theme.
Augie's gaeat municipal band.
End credits.

ACROSS THE STARS





REVENGE OF THE SITH

Battle of the Heroes*.
Battle over Coruscant**.
Lament-Anakin's dark deeds**.

THE FORCE AWAKENS**

Rey's theme.
March of the Resistance.
The Jedi Steps and Finale.

ROGUE ONE SELECTION

*Arreglos: Óscar Musso.
**Arreglos: Pablo Olivas.

SÁBADO 22 DE JULIO

APERTURA DE LA ZONA COMERCIAL

Puestos de establecimientos comerciales de toda España ofrecen productos vinculados al mundo del cine y la ficción.

Horario: 10:30 a 14:00 / 17.00 a 20:00

Lugar: Patio del Hospital de Santiago.



ACADEMIA JEDI

Actividad lúdica infantil para los más pequeños en la que se simula una academia de formación de Jedis. Plazas limitadas, se aconseja reserva previa (tfno. 953757916)

Horario: 10.30 a 14.00 / 17.00 a 20.00

Lugar: Patio del Hospital de Santiago.

ENCUENTRO CON LOS ACTORES FEMY TAYLOR Y HUGH SPIGHT

Los dos actores comparten con los aficionados sus experiencias en la saga cinematográfica más conocida de la historia, Star Wars, y en el mundo del cine. Al final de la charla tendrá lugar una sesión de firmas.

Horario: 11:30h.

Lugar: Sala Julio Corzo del Hospital de Santiago.



ENCUENTRO CON TIM ROSE

El actor y marionetista realiza una charla sobre su carrera cinematográfica y sobre su participación en las diferentes películas de Star Wars. Al final de la misma tendrá lugar una sesión de firmas.

Hora: 13.00h.

Lugar: Sala Julio Corzo del Hospital de Santiago.

ENCUENTRO CON ALAN HARRIS Y ANTHONY FORREST

Los dos actores comparten con los aficionados sus experiencias en la saga cinematográfica más conocida de la historia, Star Wars, y en el mundo del cine. Al final de la charla tendrá lugar una sesión de firmas.

Hora: 17:30

Lugar: Sala Julio Corzo del Hospital de Santiago.



ENCUENTRO CON SIMON ANDREU

El actor español realiza una charla sobre toda su carrera cinematográfica y sobre su participación en la serie de éxito "Las chicas del cables".

Hora: 18.45h.

Lugar: Sala Julio Corzo del Hospital de Santiago.

PASEO DE LA FAMA

En la calle Real y en el entorno del Teatro Ideal Cinema se dan cita en un desfile los personajes de películas y series para fotografiarse con los aficionados. ¡Atentos a las sorpresas!

Hora: 20:30h

Recorrido: Calle Real y entorno del Teatro Ideal Cinema.



CINEFAN CONCERT: CONCIERTO A CARGO DE LA BANDA SINFÓNICA DE JAÉN

DIRECTOR: Óscar Musso Buendía

Hora: 22.30h.

Lugar: Patio Del Hospital de Santiago.

Precio: 8€

Las entradas se pueden retirar en el local comercial de SEMER Turismo y Cultura (C/Juan Montilla,3) desde el miércoles 5 de julio hasta dos horas antes de los conciertos o directamente en la taquilla del Hospital de Santiago en la hora y media previa a los conciertos, el viernes 21 y el sábado 22 .

PROGRAMA 1º parte

SUITE: BSO GREMLINS-GOONIES-CAZAFANTASMAS

V.V.A.A ./ Arreglo: Juan de Dios Ramírez

LA ISLA DE LAS CABEZAS CORTADAS

John Debney / arreglo: Miguel González

LAS CRÓNICAS DE NARNIA (HARRY GREGSON-WILLIAMS)

-Principe Caspian / arreglo: Tim Waters
-The Lion, The Witch and the Wardrobe/ arreglo: Paul Murtha

EL RETORNO DE LA MOMIA

Alan Silvestri / arreglo: John Glenesk Mortimer



2º Parte PROGRAMACIÓN SORPRESA

DOMINGO 23 DE JULIO

APERTURA DE LA ZONA COMERCIAL

Puestos de establecimientos comerciales de toda España ofrecen productos vinculados al mundo del cine y la ficción.

Hora: 10:30 a 14.00h.

Lugar: Patio del Hospital de Santiago

ENCUENTRO CON VERNON DOBTCHEFF

El actor francés realiza una charla sobre su carrera cinematográfica y sobre su participación en películas como El nombre de la rosa, Indiana Jones y la última cruzada o el violinista en el tejado

Hora: 11.00h.

Lugar: Sala Julio Corzo del Hospital de Santiago.



ENCUENTRO CON JAIME ORDOÑEZ

El actor español realiza una charla sobre toda su carrera cinematográfica y sobre su participación en películas como “Las brujas de Zugarramurdi, El bar, Mi gran noche o su actual opera prima “El silencio de los berridos”.

Hora: 12.30h.

Lugar: Sala Julio Corzo del Hospital de Santiago.



INFORMACIÓN, RESERVA Y VENTA DE TICKETS PARA LOS CONCIERTOS

SEMER Turismo: C/Juan Montilla, 3,
Úbeda.

953 75 79 16 - info@semerturismo.com
cinefanubeda@gmail.com
cinefanfestivalubeda.blogspot.com
Cinefan Festival Úbeda
[@cinefanubeda](https://twitter.com/cinefanubeda)

Organizan: Asociación Cero Culture,
Ayuntamiento de Úbeda, SEMER Turismo y
Cultura.

Patrocinan: Ayuntamiento de Úbeda,
Diputación de Jaén.

ANEXO 9. MAPA TOPOGRÁFICO DE ÚBEDA

