**El Plan Estratégico de Turismo arranca con una encuesta que confirma que la cultura del vino es el recurso más identitario y por el que debe apostar Jerez**

Los profesionales de la Mesa del Turismo participantes en este estudio destacan también el caballo y el flamenco como elementos de gran singularidad y relevancia

**28 de marzo de 2024.** Con motivo del inicio de la redacción del Plan Estratégico de Turismo de Jerez 2025-2027, el pasado día 15 de marzo, los miembros de la Mesa del Turismo participaron en una encuesta diseñada para conocer su opinión acerca de la situación actual de los recursos y atractivos del destino o las apuestas de futuro que la ciudad debe priorizar, entre otras cuestiones.

El resultado de esta dinámica de trabajo realizada entre los representantes de la industria turística de la ciudad confirma que, en su opinión, todo lo relacionado con la cultura enológica de Jerez y sus bodegas, constituye el recurso identitario más importante para el turismo, el atractivo actualmente más desarrollado y el producto por el que, prioritariamente, Jerez debería apostar. El enoturismo es también, según esta encuesta, el elemento que constituye la mayor fortaleza del turismo de la ciudad y el que la hace verdaderamente única.

Tras las bodegas y el patrimonio del vino, como elemento estrella para la industria turística de Jerez, los miembros de la Mesa del Turismo han dado al caballo y al flamenco los siguientes puestos más relevantes, en cuanto a elementos culturales.

Los participantes en la encuesta valoran también, aunque en menor medida, otros atractivos de Jerez, según su singularidad e importancia, priorizando por orden el Circuito de Velocidad, el patrimonio histórico y cultural, las fiestas y eventos, la gastronomía, los museos y centros temáticos y en último lugar, los espacios naturales.

En cuanto al grado de desarrollo de estos recursos turísticos, los profesionales encuestados de la Mesa del Turismo consideran que en una escala del 1 al 10, el enoturismo se encuentra en un 7,8, seguido del turismo de eventos (Semana Santa, Navidad…) con un 7,6, el turismo ecuestre con un 7,5 y el gastronómico con un 7,4. Más atrás quedaría el desarrollo de actividades atractivas como el flamenco con un 6,9, el turismo deportivo y de motor, con un 6,5, el turismo ligado a la cultura y al patrimonio histórico y artístico con un 6,2 y en el último lugar el turismo de congresos, con un 5,3.

Otra cuestión que se aborda en esta encuesta, destinada a pulsar la opinión de la industria del turismo de Jerez de cara a la elaboración del Plan Estratégico, es por qué productos turísticos debería apostar Jerez. En este sentido, el enoturismo y la ruta de vino son los reclamos turísticos más seleccionados para su promoción, con el 20% de los apoyos. En este ranking le siguen el turismo gastronómico con el 15%, el turismo de congresos y el ecuestre con el 12%, el turismo cultural y del flamenco con el 11%, el turismo de eventos con el 10% y el deportivo con el 9%.

Se les pregunta igualmente a las persona encuestadas por las principales fortalezas de Jerez como destino turístico. La más valorada es la cultura del vino, seguida de la gastronomía, las tradiciones, los recursos patrimoniales, la situación estratégica y la hospitalidad de los jerezanos, el clima privilegiado, el amplio calendario de eventos de la ciudad y en último lugar se sitúan las infraestructuras y la riqueza natural de su entorno.

Otras fortalezas a las que han hecho referencia los participantes en la encuesta se refieren al Circuito de Velocidad como instalación deportiva de gran reputación internacional y que concentra cada año el interés de miles de visitantes, así como las aptitudes de Jerez para las actividades deportivas y la organización de eventos relacionados con el motor y otros deportes.

Igualmente, se cuestiona a los miembros de la Mesa del Turismo sobre las principales debilidades de Jerez, a la hora de impulsar el destino. Respecto a este asunto, la mayor parte de los profesionales encuestados estiman que la conectividad actual de la ciudad limita la capacidad de Jerez de promocionarse, entendiéndose que, a su juicio, deberían incrementarse las conexiones nacionales e internacionales por aire y ferrocarril. A través de estos datos, la industria del turismo también demanda más promoción nacional e internacional, mejores infraestructuras y servicios y un mejor posicionamiento de Jerez.

Respecto a las perspectivas de estos profesionales sobre las mejoras que este Plan Estratégico de Turismo 2025-2027 puede reportar a los agentes turísticos y a toda la ciudad, las personas encuestadas esperan en primer lugar un avance de la promoción turística, en segundo lugar la conservación y puesta en valor del patrimonio y la mejora de las infraestructuras y los servicios públicos. Le siguen el crecimiento de la oferta turística experiencial, la desestacionalización de la demanda, el progreso en cuanto a calidad de vida de la población local y en último lugar señalan el aumento de la competitividad del sector y el embellecimiento del municipio y su entorno.

En cuanto a qué debe aspirar el nuevo Plan Estratégico de Turismo 2025-2027, los profesionales de la Mesa del Turismo responden que a la internacionalización.