



PLAN ESTRATÉGICO DE LA CIUDAD DE JAÉN

DICTAMEN DE LA COMISIÓN TÉCNICA: JAÉN, CIUDAD EMPRENDEDORA

Jaén, octubre de 2010

Autores:

- Mario Azañón Rubio
- Pedro Ignacio Cámara Rodríguez
- Gema Caro-Accino Menéndez
- María José del Jesus Díaz
- Celedonio Fornell Martínez
- Jerónimo Jiménez Martínez
- María Isabel Ortega Díaz
- Juan Carlos Rodríguez Cohard
- Francisco José Torres Ruiz

Índice de contenidos

1. Presentación.....	3
2. Contexto general de la economía jiennense en el ámbito provincial	4
3. El mercado de trabajo	6
4. Agricultura, ganadería e industria agroalimentaria.....	10
5. Industrias y servicios a empresas en la ciudad de Jaén	15
6. Construcción.....	25
7. Comercio y servicios a los ciudadanos	26
8. Turismo	30
9. El ámbito institucional y la actividad económica: mecanismos de estímulo empresarial.....	34
10. Análisis DAFO	36
11. Propuesta de objetivos estratégicos	38
12. Propuesta de proyectos estratégicos	40
13. Escenarios de futuro.....	45
Anexo 1: Tablas y figuras.....	48
Anexo 2: Caracterización del olivar	53
Anexo 3: Proyectos del Plan Estratégico de Turismo	58

1. Presentación

El 14 de enero de 2010 se reúne por primera vez la comisión técnica “Jaén, ciudad emprendedora”. Al finalizar el trabajo ésta se compone de los siguientes miembros: Mario Azañón Rubio, Pedro Ignacio Cámara Rodríguez, Gema Caro-Accino Menéndez, Celedonio Fornell Martínez, María José del Jesus Díaz, Jerónimo Jiménez Martínez, María Isabel Ortega Díaz, Juan Carlos Rodríguez Cohard y Francisco José Torres Ruiz.

El objetivo que se plantea es realizar un diagnóstico de la situación de la ciudad en el ámbito económico y empresarial. El punto de partida para el trabajo se estableció con anterioridad a la primera reunión, ya que los componentes de la misma contaron con el documento *Evaluación preliminar de la ciudad*¹, donde se recogen un análisis de los sistemas productivos y del mercado de trabajo locales, además de una primera aproximación a los escenarios estratégicos y una matriz DAFO inicial, que sirvieron para establecer los ejes iniciales de actuación, en términos de objetivos a alcanzar: “La ciudad de Jaén como municipio dinámico y emprendedor que sabe aprovechar el potencial del sector del aceite y también generar empleo en otros sectores industriales y de servicios a través de la diversificación”.

Durante las dos primeras reuniones se establecen los objetivos de trabajo que van a ocupar el tiempo de los integrantes de la comisión: Comercio y servicios, Turismo, Agricultura y agroindustria, Industria, Empleo y mercados de trabajo, Construcción y vivienda, y Actitud/cultura emprendedora.

El método de trabajo ha sido participativo. Se ha realizado un reparto de tareas por especialidad o afinidad de cada uno de los miembros de la comisión a los diferentes aspectos a tratar, pero todas las aportaciones individuales han sido debatidas, criticadas, rectificadas y mejoradas por todos los miembros de la comisión, lo que ha dado como resultado un documento único y asumido por todos.

Además de esta presentación el documento analiza los siguientes puntos: en primer lugar se contextualiza la economía local en el ámbito provincial, seguidamente se estudia el mercado de trabajo en Jaén, donde se centra especialmente en el desempleo y las características de los parados, así como en la contratación y los sectores productivos que se ven afectados por su mayor o menor dinamismo. A partir de aquí se aborda un estudio sectorial de corte tradicional, que se inicia con un análisis de la agricultura, ganadería, industria, con especial referencia a la industria agroalimentaria, y servicios, con atención preferente al comercio y al turismo. Finalmente, el diagnóstico concluye con una reseña sobre la importancia del ámbito institucional para la actividad económica local.

Con los elementos anteriores se ha construido una matriz DAFO, que resume las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la ciudad de Jaén

¹ <http://jaen2015.es/documentacion>

en este ámbito, con las que proponemos un conjunto de objetivos y proyectos estratégicos. El dictamen finaliza con los escenarios de futuro esperados para la ciudad de Jaén en caso de no acometer los proyectos que se establecen (escenario tendencial) y el esperado si se llevan a cabo las medidas recomendadas (escenario de cambio).

2. Contexto general de la economía jiennense en el ámbito provincial

La actual crisis económica está incidiendo de manera importante en la provincia de Jaén, de tal manera que ha venido a sumarse a la ya larga etapa en la que esta provincia mantiene un tono relativamente bajo en su actividad productiva. En la etapa 1995-2007 el crecimiento económico de la provincia estuvo bastante por debajo de la media de Andalucía: en términos de PIB, la provincia creció el 95% frente al 140% del conjunto de la Comunidad Autónoma y el 135% de España, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística.

Según Analistas Económicos de Andalucía², el crecimiento medio en el año 2008 en la provincia fue del 0,6%, cuatro décimas por debajo del que experimentó la región, diferencial que es el mismo pero a favor de la provincia en los tres primeros trimestres de 2009, si bien con signos negativos de crecimiento (caídas de la producción económica del 3,3% en la provincia y del 3,7% en toda Andalucía).

Profundizando en la evolución del crecimiento económico, hay que destacar el fuerte peso que en la peor evolución de la provincia adquiere el sector primario. La agricultura y ganadería de Jaén solo crecieron en el periodo 1995-2007 un 2,4%, casi diez veces por debajo del crecimiento medio andaluz y 50 veces menos que el global de la economía provincial. El mayor crecimiento provincial estuvo en el sector de la construcción, que alcanzó en 2007 un valor 2,5 veces superior al del existente en el año 1995, con incremento del 149,4%; le siguieron los servicios, con aumento del 115% y, ya por debajo de la media, se situaron la industria y la energía, junto al sector primario. En todos los casos, el crecimiento de Jaén fue inferior al andaluz, pero con un diferencial menor que el del sector primario.

En la Tabla 1 se presentan los datos de población, total de PIB y el valor añadido bruto de los grandes sectores económicos de la provincia de Jaén, Andalucía y España. En ella se observa que el peso de la provincia respecto a Andalucía es mayor en población que en el total del PIB y que en todos los sectores productivos con excepción del primario, que casi duplica a ambos. También respecto del conjunto de España es mayor el peso de la provincia en población que en el PIB, destacando que el peso del sector primario es tres veces superior que el global de la economía y el de la construcción también presenta un porcentaje superior, con un gran diferencial en el sector industrial y energético y otro menor en los servicios. Finalmente, el PIB por habitante de la provincia es el 85,28% del que tiene Andalucía y baja al 66,03% respecto de la media española.

² <http://www.analistaseconomicos.com/home.htm>

Tabla 1. Datos de población, PIB y valor añadido de los grandes sectores económicos de la provincia de Jaén, de Andalucía y de España

CUADRO COMPARATIVO JAÉN, ANDALUCÍA Y ESPAÑA					
INDICADORES	JAÉN	ANDALUCÍA	ESPAÑA	JAÉN / ANDALUCÍA (1)	JAÉN / ESPAÑA (1)
Población de derecho (miles de habitantes) (2009)	669,8	8.302,9	46.745,8	8,07	1,43
PIB (MM euros) (2007)	9.959,6	144.774,8	1.052.730,0	6,88	0,95
VAB Agropesquero (MM euros) (2007)	820,9	5.789,8	25.840,0	14,18	3,18
VAB Industrial y Energético (MM euros) (2007)	1.179,4	15.006,8	163.725,0	7,86	0,72
VAB Construcción (MM euros) (2007)	1.148,6	18.668,0	111.726,0	6,15	1,03
VAB Servicios (MM euros) (2007)	5.780,4	90.334,4	642.543,0	6,40	0,90
PIB por habitante (miles de euros) (2007)	14.869,9	17.436,6	22.520,3	85,28	66,03

(1) Porcentajes en todos los indicadores menos en PIB por habitante, en que está en términos de índice de Jaén respecto a los otros dos=100
Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Padrón Municipal 2009 y Contabilidad Regional de España. Elaboración Agencia IDEA

Expresadas en términos de porcentajes sobre el total de la economía de cada ámbito territorial, las diferencias quedan más de manifiesto en la Tabla 2:

- La agricultura y ganadería aporta a la economía provincial un porcentaje (el 9,2%) que es más del doble que el que tiene en la comunidad autónoma, más de tres veces el de España y cerca de cinco el de la Unión Europea.
- La industria y energía aportan algo más a la economía de Jaén que a la de Andalucía, pero lejos tanto de la economía de España como de la de la UE. Dentro de ellos, la energía tiene bastante menos significado en la provincia que en la comunidad y en España.
- La construcción aporta más a la comunidad autónoma que a la provincia y a ésta más que al conjunto de España, todos ellos porcentajes que están alrededor del doble o más que el que ese sector aporta a la Unión Europea.
- Finalmente, los servicios, siendo el sector mayoritario en todos los ámbitos territoriales, tienen mayor porcentaje en la UE, posteriormente en la comunidad autónoma y el Estado, y queda algo descolgada la provincia.

Tabla 2. Distribución sectorial del valor añadido en la provincia de Jaén, Andalucía y España. 2007

DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DEL VAB (%). 2007				
SECTORES	JAÉN	ANDALUCÍA	ESPAÑA	UE - 25
Agricultura, ganadería y pesca	9,2	4,5	2,7	1,9
Industria y Energía	13,2	11,6	17,3	20,2
Industria	12,1	8,9	14,7	s.d.
Energía	1,1	2,7	2,6	s.d.
Construcción	12,9	14,4	11,8	6,0
Servicios	64,7	69,6	68,1	71,9
Total	100	100	100	100

Fuente: Contabilidad Regional de España 2009 (Base 2000). Instituto Nacional de Estadística. Elaboración Agencia IDEA

A partir del análisis del contexto general de la economía jiennense se extrae que:

- La provincia de Jaén ha tenido un crecimiento económico por debajo de la media andaluza.

- En esta evolución el sector que menos ha crecido es con diferencia el sector agrario. El sector con mayor aumento ha sido el de la construcción –hoy en crisis-, seguido del de los servicios y finalmente el de industria y energía.
- En términos de porcentajes sobre el total de la economía, el sector con mayor representación (y por tanto el que más aporta) es el de los servicios, a continuación el de industria y energía, a continuación el de construcción y finalmente el de agricultura. Con todo, la agricultura tiene una importancia mayor en la provincia que en Andalucía y España³.

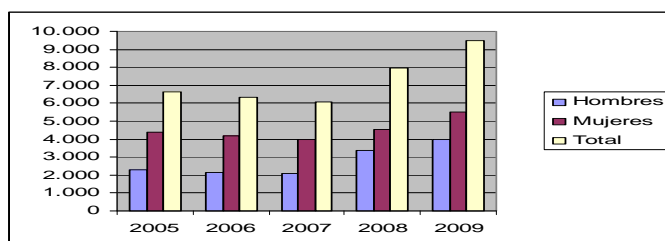
3. El mercado de trabajo

El mercado laboral en la provincia de Jaén adolece de bajas tasas de actividad y empleo: si bien la tasa de paro extraída de la Encuesta de Población Activa se encuentra en la media andaluza, la tasa de actividad es casi 6 puntos inferior (53,06%) y con respecto a España 7 puntos, y aún más lejos del estándar europeo, lo que indica un menor interés por participar en el mercado de trabajo. Posiblemente esta reducida propensión a buscar trabajo se base en la desesperanza de encontrarlo, dadas las elevadísimas tasas de desempleo: más del 27% en la provincia. Por su parte, el paro registrado afectaba en diciembre del año pasado a 43.442 personas, cifra que suponía sólo el 5,1% del total de Andalucía, por debajo de la participación de la provincia en la población andaluza; no obstante, hay que hacer la salvedad de que el paro registrado no incluye a los demandantes de empleo del régimen especial agrario, que suponen una considerable aportación sobre el total andaluz y distorsionan los datos comparativos. Téngase en cuenta además su elevada progresión, ya que en los dos últimos años el paro registrado se incrementó en la provincia el 44%, con un incremento inferior al que se dio en el conjunto de la comunidad, el 67%. Los datos a cierre de agosto de 2010 son aún peores con 52.227 parados.

3.1. Desempleo

Los desempleados alcanzaron en el municipio jiennense un volumen de 9.493 a finales de diciembre de 2009. Si bien desde 2005 a 2007 el paro descendió de forma suave pero continuada, durante los dos últimos años se concentran desfavorables resultados como consecuencia de la evolución de la coyuntura económica, dando lugar a una gran elevación del paro (Ilustración 1).

Ilustración 1. Paro registrado en Jaén capital (diciembre)



Fuente: Servicio Andaluz de Empleo, Observatorio Argos, Evolución de la contratación. Elaboración propia.

³ Ver Evaluación Preliminar de la ciudad. Plan Estratégico de la ciudad de Jaén 2010-2015. <http://jaen2015.es/documentación>

Tabla 3. Porcentaje de paro por municipios y sectores sobre el total de paro registrado (diciembre de 2009)

	Total paro	Sectores					Tasa de paro* (%)	Población de 15 a 64 años**
		Agr.	Ind.	Cons.	Serv.	Sin empleo anterior		
Jaén (municipio)	9.493	5,48	7,45	12,73	62,34	12,01	11,85	80.092
Jaén (provincia)	43.442	12,12	12,35	14,17	50,15	11,22	9,83	441.865
Gerona	6.386	1,41	13,09	20,53	60,74	4,23	9,54	66.963
Ciudad Real	5.927	2,43	5,74	13,92	70,37	7,54	11,74	50.477
Tarragona	10.819	1,18	11,10	25,27	58,75	3,70	11,27	95.961
Santiago de C.	7.548	1,35	8,13	11,98	67,09	11,45	11,27	66.980
Pontevedra	7.208	1,85	10,99	16,83	59,16	11,18	12,76	56.486
Toledo	4.382	1,35	7,85	14,81	72,27	3,72	7,67	57.130
Granada	24.828	2,27	6,21	19,45	63,41	8,66	15,12	164.228
Lugo	7.130	2,33	7,78	13,46	63,38	13,04	10,90	65.398
San Sebastián	8.954	0,85	12,13	8,57	72,70	5,75	7,22	124.100
Badajoz	15.378	3,69	5,49	14,12	64,56	12,13	14,88	103.355
Alicante	32.539	1,21	7,13	20,94	62,80	7,93	14,12	230.463
Cartagena	17.299	4,03	8,09	25,30	55,36	7,21	11,95	144.804
Vitoria	15.176	1,15	18,32	13,53	63,01	3,99	9,22	164.676
Algeciras	15.116	1,42	6,82	19,77	55,27	16,72	18,73	80.715
Avilés	6.378	1,13	12,83	16,87	61,92	7,26	11,14	57.234
Gijón	22.456	0,83	11,74	14,76	66,04	6,63	11,78	190.700
Palencia	6.286	4,37	13,16	14,02	57,38	11,07	11,05	56.906
Burgos	12.403	1,81	18,50	15,94	55,77	7,99	10,07	123.107
Lorca	6.939	9,53	11,37	23,39	51,26	4,45	10,98	63.204
Cádiz	14.165	0,73	8,58	10,94	66,24	13,50	15,90	89.072
Logroño	11.324	4,70	19,90	18,52	52,99	3,89	10,87	104.205
Cuenca	3.845	1,69	6,06	24,14	61,30	6,81	10,21	37.649
Ávila	4.666	3,11	12,67	21,35	53,92	8,96	11,94	39.082
Almería	20.392	3,85	5,21	25,47	55,21	10,25	15,53	131.326
Huelva	16.017	8,82	8,65	19,50	53,02	10,01	15,37	104.229
España	5.325.731	1,99	9,55	14,68	42,08	5,37	16,72	31.851.946
Andalucía	1.309.396	15,66	8,15	18,85	46,68	10,66	23,05	5.679.491

Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal, Datos estadísticos de paro registrado y contratos por municipios y Caja España, Datos económicos y sociales de los municipios de España. Elaboración propia.

* La tasa de paro ha sido calculada dividiendo el volumen de desempleo registrado por la población comprendida entre los 15 y 64 años, siendo esta última el dato disponible más parecido al volumen de población activa, que es el cociente que correspondería al cálculo de este indicador.

** Enero de 2008.

Como revela la Tabla 3, el grueso de los parados del término municipal de Jaén está vinculado al sector terciario (62,34% de los mismos), mientras que un 12,73% lo están al de la construcción. Por su parte, un 12,01% de los parados jiennenses se encuentran a la búsqueda de un primer empleo. El resto se reparten entre

desempleados procedentes del sector primario y secundario. Si estos datos los comparamos con los que muestran los municipios seleccionados en la Tabla 3, se puede apreciar que Jaén los supera en paro agrario –pese a que en esta fecha se está en plena campaña de recolección de la aceituna-, y es inferior en la industria y construcción.

Características de los desempleados registrados en el municipio de Jaén:

1. *Más intenso en el colectivo femenino:* dado que el 58,05% de los parados registrados en diciembre de 2009 son mujeres.
2. *La mayor parte de los parados se concentra entre los 25 y 44 años:* el 58,96% del paro registrado se concentra en dicho tramo central de edad, mientras que un 30,74% corresponde a personas mayores de 55 años.
3. *Importante presencia de parados de larga duración:* el 32,59% lleva más de 12 meses en desempleo (a diciembre de 2009).
4. *Terciarización del desempleo, especialmente en el sexo femenino:* el 71,80% de las mujeres paradas lo están en el sector servicios frente a 49,25% de los hombres.
5. *El desempleo en la construcción es típicamente masculino:* 26,17% de los hombres se vinculan a este sector frente a un 3% de las mujeres.
6. *Desfase entre la formación adquirida y la cualificación profesional demandada en el mercado de trabajo:* el 28% de los desempleados demanda un puesto de trabajo sin ninguna cualificación, pese a que el 87,33% de los mismos posee estudios secundarios o universitarios.
7. *Formación académica intermedia:* el 70,88% de los desempleados tiene estudios secundarios.
8. Nacionalidad española: el 96% de los desempleados son españoles, lo que se corresponde con la tasa de población total de la ciudad.

Con el cierre de datos a agosto de 2010, el número de parados se eleva a 10.222, lo que supone un incremento de 729 en los primeros ocho meses del año, con casi un ritmo de aumento de un 1% mensual.

3.2. Contratación

La contratación está concentrada en la agricultura y los servicios: juntos suponen el 94,35% de los contratos realizados en el municipio, como se puede observar en la Tabla 4. La estacionalidad de la agricultura deja, aún hoy, un fuerte impacto en la ciudad, siendo de noviembre a enero los meses álgidos de la contratación en el municipio. Si bien los datos de la Tabla 4 se refieren al mes de

diciembre, en agosto de 2010 se reparten del siguiente modo: de los 3.833 contratos registrados, el 10,96% corresponden a agricultura, el 2,37% a industria, el 15,37% a construcción y el 71,30% a servicios. En todo caso, destacamos la fuerte polarización en torno al sector primario y terciario de la media de la contratación anual.

Las ocupaciones más demandadas por las empresas son las de empleados no cualificados y empleados cualificados en agricultura, seguidas de profesionales de hostelería y vendedores.

Tabla 4. Contratos registrados por municipios y sector económico (Diciembre de 2009)

	Total	Sectores (%)			
		Agricultura	Industria	Construcción	Servicios
Jaén (municipio)	8.526	62,37	1,25	4,42	31,95
Jaén (provincia)	93.141	87,62	1,76	2,02	8,61
Gerona	2.941	0,03	4,15	4,28	91,53
Ciudad Real	1.797	12,13	1,34	8,46	78,07
Tarragona	3.355	0,33	5,93	11,09	82,65
Santiago de Compostela	3.904	0,20	2,10	3,30	94,39
Pontevedra	1.385	1,52	4,62	7,87	85,99
Toledo	3.392	0,29	3,10	6,28	90,33
Granada	10.080	12,40	7,15	4,67	75,77
Lugo	2.120	0,57	3,54	6,18	89,72
San Sebastián	6.775	0,03	1,95	2,69	95,34
Badajoz	5.246	28,75	2,15	7,28	61,82
Alicante	8.065	0,17	2,27	9,10	88,46
Cartagena	5.343	3,07	4,23	9,34	83,36
Vitoria	6.743	0,21	4,49	3,86	91,44
Algeciras	2.307	0,82	5,68	9,67	83,83
Avilés	1.749	0,69	16,41	8,18	74,73
Gijón	5.791	0,21	7,08	6,37	86,34
Palencia	1.366	0,44	6,22	4,69	88,65
Burgos	5.029	0,26	7,62	4,65	87,47
Lorca	2.255	20,93	2,84	6,34	69,89
Cádiz	4.498	1,13	5,42	7,23	86,22
Logroño	3.074	3,06	4,36	7,91	84,68
Cuenca	943	1,80	3,92	9,44	84,84
Ávila	1.053	2,37	2,37	8,83	86,42
Almería	4.883	7,52	1,52	8,29	82,67
Huelva	3.497	2,75	4,63	11,64	80,98

Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal. Datos estadísticos de paro registrado y contratos por municipios. Elaboración propia.

La práctica totalidad de los contratos realizados son de inicio (97,76%) y sólo el 2,24% de conversión de temporales en indefinidos. Como consecuencia, el nivel de temporalidad es muy elevado: el 96,83% de los contratos realizados son de carácter temporal, y en algunos casos en grado extremo, como muestra el Consejo Económico y Social de la Ciudad de Jaén: “alrededor del 40 por ciento de los contratos realizados el

año 2009 tuvieron una duración inferior a un mes”. El resultado de esta situación es una rotación intensa en los puestos de trabajo, lo que dificulta la adquisición de destrezas por parte del trabajador, perjudica a su nivel de productividad y, como consecuencia, a la empresa y a la sociedad, además de conllevar efectos negativos en las condiciones de trabajo.

4. Agricultura, ganadería e industria agroalimentaria

4.1. Sector agrícola

El municipio de Jaén, con una extensión de 42.433 *ha*, y perteneciente a la comarca agraria de la “Campiña Sur”, tiene la distribución general de tierras que se indica en la Tabla 20 (Anexo 1). De ella se extrae la siguiente información:

- Destaca, al igual que ocurre en el resto de la provincia, el predominio del cultivo de olivar, que llega a ocupar el 56% de la superficie total del municipio, y el 80% de la superficie agraria útil. Este cultivo ocupa 23.843 *ha*, representando el 4,18% del olivar de la provincia, con el 37% de ellas de regadío, y se distribuye por prácticamente todo el término.
- Los cereales, segundo grupo de cultivos en importancia, con 2.584 *ha*, se localizan, principalmente, en el tercio norte del término. En la Ilustración 2 (Anexo 1) se puede comprobar la distribución en el municipio de recintos SIGPAC 2009 con uso de tierra arable (cultivos herbáceos y barbechos).
- Las zonas de huertas tradicionales se circunscriben a las vegas de los ríos, principalmente el Jaén y el Guadalbullón, existiendo en 2008 unas 400 *ha* de hortalizas, que supone un 1,3% de la superficie labrada, lo que triplica la media provincial, y denota la importancia de estos cultivos de hortalizas frescas en el municipio, para abastecimiento local principalmente.
- Respecto a las zonas de montaña (definidas como tales las delimitadas por la Directiva 75/268/CEE del Consejo, de 28 de abril de 1975, sobre agricultura de montaña y de determinadas zonas desfavorecidas) hay que reseñar que un 25% de la superficie del municipio tiene esta consideración, y su localización se corresponde con la zona sur del término municipal (Ilustración 3, anexo 1). Aquí la pendiente media se sitúa próxima al 30%.
- Relacionado con el uso y la pendiente del terreno se encuentra la pérdida de suelo y superficie. Según datos del Inventario Nacional de Erosión de Suelos (2002-2012), del Ministerio de Medio Ambiente, el municipio de Jaén tiene una superficie erosionable⁴ de 40.529 *ha* (3% del total provincial), con unas

⁴ Por superficie erosionable se define la superficie geográfica menos las artificiales y las láminas de agua superficiales y humedales, por lo que este concepto está íntimamente ligado con la extensión del municipio.

pérdidas medias de 33,66 tn/ha/año. En este caso, Jaén se equipara a los otros tres grandes términos de la provincia: Andújar, Santiago-Pontones y Úbeda. Sin embargo, en lo que respecta a pérdidas de suelo, se encuentra algo por encima de la media provincial (32,21tn/ha/año).

Medios de producción

En la Tabla 22 (Anexo 1) se detalla el número de tractores por cada 100 hectáreas de superficie agraria útil, siendo algo mayor en Jaén (3,65) que en el resto de la provincia (3,28) y que en Andalucía (3,29). Este dato puede deberse a tractores con domicilio del titular en el municipio, pero con explotaciones fuera de éste.

El municipio de Jaén dispone de 22 establecimientos distribuidores de productos fitosanitarios y servicios plaguicidas (8,56% de la provincia), y de dos puntos de recogida de envases de fitosanitarios (Tabla 23, anexo 1), ambos pertenecientes a empresas particulares, no existiendo por tanto, ninguno promovido por cooperativas almazaras industriales o de titularidad municipal.

No existen en el término puntos de abastecimiento de agua públicos para suministro a los agricultores para los tratamientos fitosanitarios del olivar (Tabla 24, anexo 1). Igualmente hay que indicar que Jaén municipio carece de polígonos agrícolas.

No existe, a la fecha, un inventario de caminos rurales del término municipal. Estas infraestructuras son imprescindibles tanto para el buen desarrollo de la actividad agraria como para el conjunto de actividades de la sociedad jiennense, tanto de carácter económico como social, cultural, medioambiental, lúdicas, etc.

4.2. Especial referencia al olivar

A partir de los datos que se muestran en el Anexo 2 se pueden describir las líneas generales que definen el olivar en Jaén:

- En la campaña 2009, el número de agricultores que declaran olivar en el municipio de Jaén en la solicitud única de ayudas fue de 3.255 (3,12% de la provincia).
- La distribución de la superficie de olivar según diferentes tamaños de explotación nos indica que las explotaciones de hasta 10 has, suponen en el municipio el 29% de la superficie olivarera, mientras que en la provincia representan el 50,5%. Sin embargo, las explotaciones de más de 20 has abarcan el 55,6% de la superficie, frente al 34,1% en la provincia.
- En cuanto al reparto de las explotaciones en función de su tamaño, en el municipio de Jaén, el 73,9% de las explotaciones tienen menos de 5 has. Esta cifra se eleva al 85,6% si incluimos hasta 10 has de superficie de olivar. En la provincia estas cifras son el 82,4% y el 92,5%, respectivamente. No obstante, el número de explotaciones de más de 20 has en Jaén supera en más del doble la

cifra de la media provincial en esos rangos. Estos datos revelan la gran importancia del olivar como actividad a tiempo parcial, suponiendo los ingresos por venta del aceite un complemento de la renta de la unidad familiar, situación que se da en toda la provincia.

Teniendo en cuenta los datos de este apartado y del anterior, podemos concluir que las explotaciones del término municipal de Jaén tienen una dimensión media superior a las de la provincia, lo que las posiciona en un rango de competitividad más favorable.

- El 30,5% de la superficie de los olivares de Jaén está en parcelas de más del 15% de pendiente media, mientras que en la provincia llega al 40,6%. Si se analiza con base en el número de explotaciones, cerca del 44% de éstas tiene una pendiente media superior al 15%. En la provincia esta cifra es mayor, llegando al 50,5% de las explotaciones.
- El olivar de riego tiene mayor peso en el municipio (37,75%), que en la provincia (32,01%) y en Andalucía (35,30%).
- Como ocurre en el resto de la provincia, en Jaén la variedad predominante es la picual.
- En el término de Jaén, el 70,8% de la superficie total del olivar con el 81,4% de las explotaciones tiene menos de tres pies por árbol. Dato sensiblemente superior a la media provincial. Ello conlleva una configuración del árbol que facilita la recolección mecanizada, con la consiguiente disminución de costes.
- Los rendimientos medios por hectárea de Jaén prácticamente no difieren de los del resto de la provincia.
- Respecto al olivar nuevo o de renovación el 4,39% de los olivos del municipio de Jaén son plantados después del 1 de mayo de 1998, muy por debajo de la media provincial de Cádiz (33%), Sevilla (24,31%), Huelva (18,21%) y Córdoba (14,05%). Ello condiciona la escasa superficie, en el término de Jaén capital, de olivar intensivo (5.290 ha) y super-intensivo (44 ha).
- En cuanto a las clases de olivar establecidas en función de criterios estructurales, se observa que al igual que en la provincia, en el término de Jaén predominan las explotaciones adultas, de secano y marco tradicional, tanto en alta como en moderada pendiente. En esta última clase (ASTPM), el tamaño medio de las explotación es de 8,84 has, el doble que en las de alta pendiente.

En el municipio, en comparación con las de la provincia, las explotaciones son de media de mayor tamaño, teniendo las de riego más importancia, tanto en número como en superficie.

4.3. Sector ganadero

En la Tabla 21 (Anexo 1) se recogen los datos del censo (nº de animales y colmenas) y de explotaciones ganaderas a fecha de 31 de diciembre de 2009, tanto del municipio de Jaén, como de la provincia. De ella destacamos lo siguiente:

- El sector bovino de leche es un sector importante, al ubicarse en Jaén el 45% del censo provincial. Asimismo es reseñable que el tamaño medio de estas explotaciones es el doble de la media provincial.
- Las ganaderías de vacuno lechero del municipio de Jaén producen el 42,73% de la leche de la provincia, y disponen de una cuota láctea media por explotación del doble de las de Andalucía.

Todo ello sitúa a las explotaciones lecheras del término municipal de Jaén en una posición más competitiva en comparación con la media provincial y andaluza, en el marco de escasa rentabilidad en que se desenvuelve este sector ganadero.

4.4. Agroindustria

La distribución de las industrias agroalimentarias⁵ por sectores, tanto del municipio de Jaén, como de la provincia, así como su peso relativo, se muestra en la Tabla 5.

Cabe destacar, al igual que ocurría con las ganaderías de leche de vaca, la importancia de las industrias lácteas del municipio, ya que suponen algo más de la tercera parte de las existentes en la provincia. Es reseñable que sean 4 de las 10 explotaciones lecheras de Jaén (Tabla 5 y Tabla 21) las que transforman y envasan su propia producción de leche, por lo que ello supone de aumento de valor añadido a este producto. El destino de esta leche envasada es la población de la capital y los municipios de la zona de influencia de Jaén, abasteciendo también a núcleos urbanos de otras comarcas limítrofes.

Las industrias agroalimentarias más numerosas en el municipio de Jaén son las de transformación de productos cárnicos (13), con un peso en la provincia del 12%.

En el sector del olivar se ubican en Jaén capital 11 industrias: 5 almazaras, dos de ellas cooperativas, 4 centros de compra de aceituna y 2 de aderezo.

La importancia que tiene la industria del aceite de oliva en nuestro municipio y en la provincia, nos obliga a analizar un dato derivado de estas 5 almazaras, como es su molturación de aceituna y producción de aceite de oliva (Tabla 6).

⁵ Entendemos por industria agroalimentaria las actividades inscritas en el Registro Oficial de Industria Agroalimentaria de Andalucía (ROIAA)

Tabla 5. Industrias agroalimentarias (instalaciones)

Sectores	Jaén Capital	% Provincia	Provincia	% Andalucía
Aceites y grasas vegetales.	5	1,34%	372	35,84%
Acuícolas, marisqueras y pesqueras.	2	25,00%	8	3,74%
Aderezos y relleno.	2	20,00%	10	3,25%
Aprovechamiento de fibras textiles.	0		1	5,00%
Azúcar, mieles y ceras.	0		4	11,76%
Cárnicas y pecuarias.	13	12,04%	108	13,08%
Centrales hortofrutícolas y centros de manip flores y plantas ornament.	1	3,70%	27	3,70%
Enológicas, alcoholes y bebidas alcohólicas.	2	14,29%	14	2,50%
Forestales.	0		4	10,81%
Lácteas.	4	36,36%	11	7,59%
Manipulación y conservación (centros de compras de aceituna)	4	4,71%	85	29,93%
Molinería, harinas y derivados, troceados y descascarados.	3	15,79%	19	9,69%
Otras industrias agroalimentarias (almacenes, cámaras frigoríficas, etc.)	4	21,05%	19	11,52%
Piensos, granos y semillas.	1	6,25%	16	4,35%
Servicios Técnicos	0		0	0,00%
Sin división asignada	0		0	0,00%
Zumos de frutas y hortalizas, y otras bebidas de carácter agroalimentario.	0		4	5,63%
Total Industrias	41	5,84%	702	13,99%

Fuente: ROIAA. Elaboración propia. 2009

Tabla 6. Molturación de aceituna y obtención de aceite de oliva

	ACEITUNA molturada(tn)				ACEITE obtenido(tn)
	media campañas 1981/82-1990/91	media campañas 1991/92-2000/01	media campañas 2001/02-2008/09	Campaña 2008-09	Campaña 2008-09
Almazaras de Jaén capital	13.501	21.977	27.636	28.915	6.026
Almazaras de la provincia de Jaén	988.157	1.329.933	2.065.652	1.967.397	431.381
% (Jaén/Provincia)	1,39%	1,66%	1,34%	1,47%	1,40%

Fuente: Agencia del Aceite de Oliva (MMARM) y Consejería de Agricultura y Pesca

El peso, en producción, de estas almazaras respecto del total de la provincia se ha mantenido, a lo largo de las últimas tres décadas, alrededor del 1,4%.

Se observa el aumento de la molturación ocurrido en los últimos 30 años, período en el que se ha duplicado. Esto ha venido motivado por el aumento de la superficie de olivar, su puesta en riego, y su consiguiente incremento de producción, así como por la menor salida a almazaras de localidades vecinas de la aceituna recogida en el municipio de Jaén.

No hay que confundir la aceituna molturada en estas almazaras con la producida en las explotaciones del término de Jaén (Tabla 7), ya que los datos de la

anterior tabla se corresponden con la aceituna que tiene entrada en éstas, independientemente de su procedencia.

Por tanto, teniendo en cuenta el rendimiento medio por hectárea de nuestros olivares y la superficie de éstos, podemos deducir que menos de un tercio de la cosecha de aceituna del término de Jaén se moltura en almazaras de la localidad, saliendo el resto a industrias de municipios del entorno. Esta situación puede explicarse por la búsqueda del agricultor de aquellas almazaras que crea más adecuadas a sus intereses independientemente de la localidad donde se asienten, lo que refuerza el enfoque de área urbana de Jaén y los municipios del entorno, que se ha adoptado en el Plan Estratégico de la Ciudad de Jaén 2010-2015⁶.

Tabla 7. Producción de aceite en el término municipal de Jaén

	RTO MEDIO 99/03 kg ACEITUNA/ÁRBOL (1)	RTO MEDIO 99/03 kg ACEITE/100 kg ACEITUNA (2)	RTO medio 99-03 kg ACEITE/ÁRBOL (3)
JAEN	35,28	23,75	8,38
PROVINCIA	33,89	22,21	7,55
Nº de olivos anteriores a mayo 1998 TM Jaén (4)		2.709.626	
Superficie olivar TM Jaén antes mayo 98 (ha) (5)		22.843	
Producción aceituna TM Jaén 99-03 (tn) (1)x(4)		95.588	5,18% de la provincia
Producción aceite TM Jaén 99-03 (tn) (3)x(4)		22.702	
Rendimiento medio (tn aceituna/ha) 99-03		4,18	

Fuente: SIGPAC 2009 y solicitudes de ayuda aceite de oliva campañas 1999 a 2003.

4.5. Ayudas comunitarias a la agricultura

En la Tabla 25 (anexo 1) se detalla el número de beneficiarios de la ayuda de pago único procedente de la Política Agrícola Común (PAC) y los importes correspondientes. Como puede apreciarse en ella, en 2009, el 6,12% de las solicitudes de pago único de la provincia son presentadas por residentes en el municipio de Jaén. Sin embargo, el importe de pago único percibido por estos agricultores supone un 8,91% del total de estas ayudas recibidas por los residentes en la provincia. Por consiguiente, se deduce que hay un trasvase de ayudas de la PAC originadas en superficie del resto de la provincia hacia Jaén capital. Es decir, hay agricultores domiciliados aquí con tierras en otros municipios de la provincia.

5. Industrias y servicios a empresas en la ciudad de Jaén

El ámbito territorial afectado por el análisis de esta sección alcanza una población de 212.833 personas⁷, de los que corresponden 116.557 a la capital (es

⁶ Véase el dictamen de la comisión técnica Jaén, capital: <http://www.jaen2015.es/documentacion>.

⁷ Datos del Padrón municipal a 1 de enero de 2009.

decir, casi el 55%) y el resto a los municipios del entorno (área de influencia del municipio de Jaén, definida en el documento de evaluación preliminar de la ciudad⁸.

En los siguientes apartados se analizan diferentes indicadores industriales y estructuras sectoriales de la industria del municipio de Jaén, de Jaén capital y su entorno, de la provincia y de Andalucía. El estudio finaliza con una comparación global de las capitales de provincia andaluzas.

5.1. Indicadores industriales

La ciudad de Jaén tiene menos empresas industriales en relación con su población y en relación con el total de su tejido empresarial que la media de Andalucía, aunque no es muy amplia la diferencia, como puede verse en la Tabla 8. Mayor diferencia (y también en sentido negativo para la capital) puede verse en relación al conjunto formado por la ciudad y el entorno metropolitano respecto al total de la provincia. Esto pone de manifiesto que la ubicación de las industrias en el ámbito local no se basa en cuestiones de capitalidad, sino en la disposición de factores productivos que sean competitivos para las empresas, como mejores vías de comunicación para dar salida a las producciones, mejores condiciones de oferta de suelo industrial en precios y servicios, mayor disponibilidad de suelo, mano de obra cualificada, sistemas de empresas auxiliares y conexas especializadas, un entorno urbano atractivo, una buena disposición de las administraciones públicas locales y otros factores de carácter avanzado y específico. La ciudad de Jaén es deficitaria en algunos de estos factores.

Por otro lado, el número de establecimientos por empresa es similar en los cuatro ámbitos territoriales analizados, mientras que el tamaño en función del número de empleos por cada establecimiento (o por cada empresa) es algo inferior en la capital al conjunto del entorno, pero superior tanto a la provincia como a la media de Andalucía. Se pone de manifiesto, por un lado, la mayor vocación industrial de algunas localidades del entorno metropolitano y, por otro, que en la capital hay un índice mayor de empleo por empresa industrial que en el conjunto de la provincia y que en Andalucía.

Todos los parámetros comparativos en las actividades de servicios a empresas y de servicios avanzados siguen la misma dinámica: la capital aparece como el territorio con mayor importancia (mayor número de empresas de esos servicios en relación a las empresas del sector industrial, mayor tamaño de las empresas de servicios y mayor empleo en esta actividad), seguido del conjunto de la comunidad autónoma, el entorno metropolitano y la provincia. La lectura de esta absoluta coincidencia entre seis parámetros diferentes no puede ser sino una ubicación preferente en la capital de provincia de las actividades de servicios, lo que es común a toda Andalucía y se corresponde con el papel de sede administrativa que las capitales suelen desempeñar, que les lleva a una especialización en temas de servicios que se prestan no solo al sistema productivo de la capital sino al conjunto de la provincia, si bien más acentuadamente al entorno más cercano.

⁸ Evaluación preliminar de la ciudad. Plan Estratégico de la Ciudad de Jaén 2010-2015. <http://jaen2015.es/documentacion>

Tabla 8. Indicadores industriales de Jaén capital, entorno metropolitano, provincia y Andalucía

INDICADORES INDUSTRIALES				
Jaén capital, entorno de la capital, provincia y Andalucía				
INDICADORES	JAÉN Capital	JAEN y Entorno	PROVINCIA	ANDALUCÍA
Empresas industriales	575	1.433	4.408	43.050
Empresas industriales por mil habitantes	4,93	6,73	6,58	5,18
Empresas industriales sobre el total de empresas (%)	7,14	10,72	11,82	8,05
Establecimientos industriales	666	1.626	4.951	47.077
Nº de establecimientos por empresa	1,16	1,13	1,12	1,09
Empleo industrial	4.467	12.305	30.410	283.318
Nº de empleos por empresa	7,77	8,59	6,90	6,58
Nº de empleos por establecimiento	6,71	7,57	6,14	6,02
Inversión en nuevas industrias 2005 - 2008	11.181	32.701	184.364	
Establecimientos de servicios a empresas	1.931	2.469	5.009	86.169
Establecimientos de servicios a empresas por empresa industrial	3,36	1,72	1,14	2,00
Establecimientos de servicios avanzados a empresas	682	879	1.758	28.116
Establs. de servicios avanzados por empresa industrial	1,19	0,61	0,40	0,65
Empleo en servicios a empresas	6.856	8.020	13.474	290.389
Nº de empleos por establecimiento de servicios a empresas	3,55	3,25	2,69	3,37
Empleo en servicios a empresas / empleo industrial	1,53	0,65	0,44	1,02
Empleo servicios avanzados a empresas	2.625	3.160	4.768	101.918
Nº de empleos por establec. de servicios avanzados a empresas	3,85	3,59	2,71	3,62
Empleo en servicios aa, a empresas / empleo industrial	0,59	0,26	0,16	0,36
Patentes y modelos de utilidad concedidos 2008 - 2009	18	19	39	823
Patentes y mm, utilidad concedidos / empresa ind. (%)	3,13	1,33	0,88	1,91

Empresas, establecimientos, empleo y patentes, en unidades; Inversión en miles de euros

Los datos no especificados corresponden todos a 2008

Fuentes: Instituto de Estadística de Andalucía; elaboración propia

Finalmente, la comparación en el campo de las patentes y modelos de utilidad concedidos establece claramente cómo la capital es el centro del que surge toda la innovación para el conjunto formado por ella y el entorno metropolitano, papel que no se explica sólo por la existencia de la Universidad, que aporta 3 concesiones en los dos últimos años, o de un centro de innovación (CITOLIVA), que suma dos más, ya que el número de particulares inventores en la capital se eleva a 10 frente a 1 sólo en los demás municipios del entorno. Pero hay que destacar el reducido papel desempeñado por la empresa en esta actividad (solo 3 concesiones), si bien podemos suponer que alguna de las 7 patentes de particulares tenga alguna relación con el trabajo en alguna empresa.

5.2. Estructura sectorial de las empresas

De la Tabla 9 se observa que cuatro subsectores superan el diez por ciento de participación en el conjunto de la empresa industrial jiennense:

- metalurgia y fabricación de productos metálicos,
- papel, edición y artes gráficas,
- alimentación y bebidas y
- manufacturas diversas (reúne muebles, joyería, artículos de deporte y juguetes como más representativos).

Entre ellos suman casi el 60% del total de las empresas.

En cuanto a la comparación con la empresa industrial andaluza, la estructura sectorial de la capital no difiere a grandes rasgos de la del conjunto de Andalucía; en ningún subsector se produce un diferencial superior al 90%, con excepción del de cuero y calzado, en el que la capital apenas tiene representación empresarial, aunque tampoco lo sea de manera significativa en toda la comunidad. Los diferenciales más

elevados de la capital se dan en actividades, además, de escasa participación en el conjunto de la actividad industrial, con excepción del subsector de papel, edición y artes gráficas, que abarca algo más de la séptima parte del conjunto de la empresa industrial de Jaén capital y es el segundo más representado en este concepto.

Tabla 9. Empresas industriales por subsectores en Jaén capital, entorno metropolitano, provincia y Andalucía. 2008

EMPRESAS INDUSTRIALES POR SUBSECTORES. 2008								
Jaén capital, entorno de la capital, provincia y Andalucía								
SUBSECTORES INDUSTRIALES	CIFRAS ABSOLUTAS				ESTRUCTURA DE CADA TERRITORIO			
	CAPITAL	CAPITAL Y ENTORNO	PROV.	ANDALUCÍA	CAPITAL	CAPITAL Y ENTORNO	PROV.	ANDALUCÍA
Industrias extractivas	7	15	54	809	1,2	1,0	1,2	1,9
Alimentación y bebidas	84	222	992	7.194	14,6	15,5	22,5	16,7
Textil y confección	23	64	293	2.821	4,0	4,5	6,6	6,6
Cuero y calzado	2	2	19	524	0,3	0,1	0,4	1,2
Madera y corcho	28	85	256	2.527	4,9	5,9	5,8	5,9
Papel, edición y artes gráficas	85	120	257	4.289	14,8	8,4	5,8	10,0
Industria química	7	19	60	827	1,2	1,3	1,4	1,9
Caucho y materias plásticas	12	32	89	659	2,1	2,2	2,0	1,5
Transformación de minerales no metálicos	36	77	344	2.960	6,3	5,4	7,8	6,9
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	87	261	796	7.835	15,1	18,2	18,1	18,2
Construcción de maquinaria y equipo mecánico	50	86	226	2.254	8,7	6,0	5,1	5,2
Fabr. Máquinas oficina y equipos informáticos	6	14	34	435	1,0	1,0	0,8	1,0
Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico	26	40	96	1.331	4,5	2,8	2,2	3,1
Material de transporte	23	47	124	928	4,0	3,3	2,8	2,2
Manufacturas diversas	69	290	624	5.526	12,0	20,2	14,2	12,8
Producción y distribución de energía y agua	30	59	144	2.131	5,2	4,1	3,3	5,0
Total establecimientos industriales	575	1.433	4.408	43.050	100	100	100	100

Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía. Agencia Idea.

Por otro lado, la industria de la capital es determinante sobre la del conjunto del entorno metropolitano sólo en los dos subsectores mencionados anteriormente, el de cuero y calzado, en el que las dos únicas empresas existentes en el entorno están en la capital, y el de papel, edición y artes gráficas, en el que las ubicadas en la capital casi suman el 70% de las empresas del entorno. Por el contrario, la capital está claramente infrarepresentada en los subsectores de:

- manufacturas diversas, en el que solo se ubica en la capital una de cada cuatro empresas que existen en todo el territorio,
- madera y corcho, y metalurgia y fabricación de productos metálicos, en los que la relación es de 1 a 3.

5.3. Estructura sectorial del empleo en la industria

Hay cuatro sectores que superan el diez por ciento en participación en cuanto al empleo industrial, tal como muestra la Tabla 10. Dos de ellos repiten respecto de las empresas: alimentación y bebidas y metalurgia y fabricación de productos metálicos y otros dos son nuevos: construcción de maquinaria y equipo mecánico y producción y distribución de energía y agua.

En cuanto a la comparación con Andalucía, mayores diferencias se dan en cuanto al empleo industrial. En concreto, el peso en la ciudad de Jaén de actividades como construcción de maquinaria y equipo mecánico, y producción y distribución de energía y agua es casi el doble o más que el peso en el conjunto de Andalucía, mientras que se repite la falta de presencia de la actividad de cuero y calzado, además de otros como industrias extractivas, textil y confección o manufacturas diversas.

En relación con el entorno, las actividades en las que la capital supone un peso más considerable son la industria química, la construcción de maquinaria y equipo mecánico, el material de transporte y, sobre todo, la producción y distribución de energía y agua. Por el contrario, en industrias extractivas, caucho y materias plásticas, fabricación de máquinas de oficina y equipos informáticos y manufacturas diversas, el peso es muy reducido.

Tabla 10. Estructura sectorial del empleo industrial en Jaén capital, entorno metropolitano, provincia y Andalucía. 2008

EMPLEO INDUSTRIAL POR SUBSECTORES. 2008								
Jaén capital, entorno de la capital, provincia y Andalucía								
SUBSECTORES	CIFRAS ABSOLUTAS				ESTRUCTURA DE CADA TERRITORIO			
	Capital	Capital y Entorno	Provincia	Andalucía	Capital	Capital y Entorno	Provincia	Andalucía
Industrias extractivas	13	155	558	7.739	0,3	1,3	1,8	2,7
Alimentación y bebidas	844	1.790	6.218	49.724	18,9	14,5	20,4	17,6
Textil y confección	55	177	1.320	10.706	1,2	1,4	4,3	3,8
Cuero y calzado	x	x	92	2.636	--	--	0,3	0,9
Madera y corcho	144	318	1.172	10.367	3,2	2,6	3,9	3,7
Papel, edición y artes gráficas	335	620	1.000	20.282	7,5	5,0	3,3	7,2
Industria Química	255	396	616	13.486	5,7	3,2	2,0	4,8
Caucho y materias plásticas	46	591	1.233	6.534	1,0	4,8	4,1	2,3
Transformación de minerales no metálicos	151	498	2.452	25.196	3,4	4,0	8,1	8,9
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	771	2.008	4.507	46.985	17,3	16,3	14,8	16,6
Construcción de maquinaria y equipo mecánico	585	822	1.469	19.085	13,1	6,7	4,8	6,7
Fabr. Máquinas oficina y equipos informáticos	36	336	370	2.096	0,8	2,7	1,2	0,7
Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico	138	1.823	2.458	12.358	3,1	14,8	8,1	4,4
Material de transporte	363	520	2.308	17.222	8,1	4,2	7,6	6,1
Manufacturas diversas	208	1.606	3.333	23.667	4,7	13,1	11,0	8,4
Producción y distribución de energía y agua	523	645	1.304	15.235	11,7	5,2	4,3	5,4
Total establecimientos industriales	4.467	12.305	30.410	283.318	100	100	100	100

Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía; elaboración, Agencia IDEA

x, Dato protegido por el secreto estadístico

-- Dato no calculable

5.4. Estructura sectorial y tamaño de los establecimientos industriales

La comparación del número de los establecimientos (Tabla 11) sigue la pauta observada en la comparativa de las empresas, con una salvedad: la industria química, que solo suponía el 1,2% de las empresas y sube al 7,5% en cuanto a este indicador. Esta situación es única en todos los subsectores y tiene una fuerte incidencia en el cálculo de la especialización productiva local, si ésta se realiza respecto al número de establecimientos y en comparación con los ámbitos territoriales superiores, respecto a todos los cuales la presencia en función del número de establecimientos de este sector se incrementa considerablemente. Esta circunstancia tiene su explicación en la existencia de un elevado número de empresas de ámbito estatal que bien pueden ser laboratorios y centros de análisis vinculados a actividades farmacéuticas (que forman parte del sector químico) sin tener personalidad empresarial propia y, desde el punto de vista de la organización, autónomos o microempresas, ya que 45 sobre 50 de estos establecimientos tienen entre 0 y 5 empleados.

En función del número de empleados, la estructura sectorial de los establecimientos de los cuatro ámbitos territoriales se recoge en la Tabla 12. En todos ellos, los establecimientos de menor número de empleados suponen alrededor de las tres cuartas partes del total, siendo el porcentaje de la capital (78,1%) muy similar al del conjunto de la comunidad autónoma.

Tabla 11. Estructura sectorial de los establecimientos industriales en Jaén capital, entorno metropolitano, provincia y Andalucía. 2008

ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES POR SUBSECTORES. 2008								
Jaén capital, entorno de la capital, provincia y Andalucía								
SUBSECTORES INDUSTRIALES	CIFRAS ABSOLUTAS				ESTRUCTURA DE CADA TERRITORIO			
	CAPITAL	CAPITAL Y ENTORNO	PROV.	ANDALUCÍA	CAPITAL	CAPITAL Y ENTORNO	PROV.	ANDALUCÍA
Industrias extractivas	6	19	75	942	0,9	1,2	1,5	2,0
Alimentación y bebidas	93	257	1.126	8.114	14,0	15,8	22,7	17,2
Textil y confección	27	69	317	3.013	4,1	4,2	6,4	6,4
Cuero y calzado	2	2	20	558	0,3	0,1	0,4	1,2
Madera y corcho	26	87	263	2.624	3,9	5,4	5,3	5,6
Papel, edición y artes gráficas	89	124	269	4.531	13,4	7,6	5,4	9,6
Industria química	50	69	123	1.246	7,5	4,2	2,5	2,6
Caucho y materias plásticas	12	36	98	700	1,8	2,2	2,0	1,5
Transformación de minerales no metálicos	37	90	387	3.400	5,6	5,5	7,8	7,2
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	91	280	838	8.220	13,7	17,2	16,9	17,5
Construcción de maquinaria y equipo mecánico	58	96	257	2.465	8,7	5,9	5,2	5,2
Fabr. Máquinas oficina y equipos informáticos	7	16	36	466	1,1	1,0	0,7	1,0
Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico	33	48	112	1.446	5,0	3,0	2,3	3,1
Material de transporte	30	56	151	1.021	4,5	3,4	3,0	2,2
Manufacturas diversas	72	307	662	5.832	10,8	18,9	13,4	12,4
Producción y distribución de energía y agua	33	70	217	2.499	5,0	4,3	4,4	5,3
Total establecimientos industriales	666	1.626	4.951	47.077	100	100	100	100

Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía; elaboración, Agencia IDEA

Tabla 12. Establecimientos industriales por sectores y número de empleados en Jaén capital, entorno metropolitano, provincia y Andalucía. 2008

ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES POR SECTORES Y Nº DE EMPLEADOS. 2008												
Jaén capital, entorno de la capital, provincia y Andalucía. Cifras absolutas												
SUBSECTORES INDUSTRIALES	Capital			Capital + entorno			Provincia			Andalucía		
	De 0 a 5	De 6 a 19	20 y más	De 0 a 5	De 6 a 19	20 y más	De 0 a 5	De 6 a 19	20 y más	De 0 a 5	De 6 a 19	20 y más
Industrias extractivas	5	1	0	11	4	4	40	28	7	581	294	98
Alimentación y bebidas	70	16	7	179	61	17	836	235	55	6.336	1.339	460
Textil y confección	25	2	0	64	3	2	254	45	18	2.596	353	87
Cuero y calzado	1	1	0	1	1	0	14	5	1	448	89	26
Madera y corcho	17	7	2	70	15	2	222	31	10	2.200	351	88
Papel, edición y artes gráficas	78	7	4	105	13	6	234	27	8	3.878	506	170
Industria química	45	4	1	56	11	2	99	19	5	900	251	97
Caucho y materias plásticas	8	4	0	22	5	9	65	15	18	460	162	76
Transformación de minerales no metálicos	27	10	0	60	26	4	276	79	32	2.268	840	291
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	72	17	2	206	55	19	656	138	44	6.467	1.354	408
Construcción de maquinaria y equipo mecánico	41	9	8	69	17	11	192	50	15	1.820	457	179
Fabricación de material y equipo informático	4	3	0	9	3	3	30	3	3	416	37	14
Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico	30	2	1	42	5	1	96	9	7	1.210	165	71
Material de transporte	10	15	5	27	21	8	80	50	21	670	222	140
Manufacturas diversas	62	9	1	231	57	19	525	101	36	4.814	792	223
Producción y distribución de energía y agua	25	4	4	55	10	5	163	44	10	2.000	226	144
Total establecimientos industriales	520	111	35	1.207	307	112	3.782	879	290	37.064	7.438	2.572
ESTRUCTURA DE CADA SUBSECTOR EN CADA TERRITORIO POR TAMAÑO DE LOS ESTABLECIMIENTOS (%)												
SUBSECTORES INDUSTRIALES	Capital			Capital + entorno			Provincia			Andalucía		
	De 0 a 5	De 6 a 19	20 y más	De 0 a 5	De 6 a 19	20 y más	De 0 a 5	De 6 a 19	20 y más	De 0 a 5	De 6 a 19	20 y más
Industrias extractivas	83,3	16,7	0,0	57,9	21,1	21,1	53,3	37,3	9,3	59,7	30,2	10,1
Alimentación y bebidas	75,3	17,2	7,5	69,6	23,7	6,6	74,2	20,9	4,9	77,9	16,5	5,7
Textil y confección	92,6	7,4	0,0	92,8	4,3	2,9	80,1	14,2	5,7	85,5	11,6	2,9
Cuero y calzado	50,0	50,0	0,0	50,0	50,0	0,0	70,0	25,0	5,0	79,6	15,8	4,6
Madera y corcho	65,4	26,9	7,7	80,5	17,2	2,3	84,4	11,8	3,8	83,4	13,3	3,3
Papel, edición y artes gráficas	87,6	7,9	4,5	84,7	10,5	4,8	87,0	10,0	3,0	85,2	11,1	3,7
Industria química	90,0	8,0	2,0	81,2	15,9	2,9	80,5	15,4	4,1	72,1	20,1	7,8
Caucho y materias plásticas	66,7	33,3	0,0	61,1	13,9	25,0	66,3	15,3	18,4	65,9	23,2	10,9
Transformación de minerales no metálicos	73,0	27,0	0,0	66,7	28,9	4,4	71,3	20,4	8,3	66,7	24,7	8,6
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	79,1	18,7	2,2	73,6	19,6	6,8	78,3	16,5	5,3	78,6	16,5	5,0
Construcción de maquinaria y equipo mecánico	70,7	15,5	13,8	71,1	17,5	11,3	74,7	19,5	5,8	74,1	18,6	7,3
Fabricación de material y equipo informático	57,1	42,9	0,0	60,0	20,0	20,0	83,3	8,3	8,3	89,1	7,9	3,0
Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico	90,9	6,1	3,0	87,5	10,4	2,1	85,7	8,0	6,3	83,7	11,4	4,9
Material de transporte	33,3	50,0	16,7	48,2	37,5	14,3	53,0	33,1	13,9	64,9	21,5	13,6
Manufacturas diversas	86,1	12,5	1,4	75,2	18,6	6,2	79,3	15,3	5,4	82,6	13,6	3,8
Producción y distribución de energía y agua	75,8	12,1	12,1	78,6	14,3	7,1	75,1	20,3	4,6	84,4	9,5	6,1
Total establecimientos industriales	78,1	16,7	5,3	74,2	18,9	6,9	76,4	17,8	5,9	78,7	15,8	5,5

Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía. Agencia Idea.

Existe una gran disparidad entre Jaén capital y el conjunto de Andalucía en cuanto a las actividades a las que se dedican los establecimientos con mayor número de empleados en cada ámbito territorial. En actividades como madera y corcho, construcción de maquinaria y equipo mecánico y producción y distribución de energía eléctrica y agua los porcentajes de los grandes establecimientos sobre el total alcanzan en Jaén niveles (7,7%, 13,8% y 12.1%, respectivamente) que son el doble o casi del que alcanzan en el conjunto de Andalucía (3,3%, 7,3% y 6,1%, en cada caso). Esto pone de relieve la importancia de estos sectores en la capital.

Por el contrario, además de seis subsectores sin ningún establecimiento del tamaño superior (industrias extractivas, textil y confección, cuero y calzado, caucho y materias plásticas, transformación de minerales no metálicos y fabricación de material y equipo informático), hay otras tres (industria química, metalurgia y fabricación de productos metálicos y manufacturas diversas) en las que el porcentaje está por debajo de la mitad del correspondiente en la comunidad autónoma.

5.5. Índices industriales en las capitales de provincia andaluzas

Es preciso comenzar este análisis señalando que la instalación de industrias en los términos municipales depende de numerosas circunstancias entre las que se incluyen la extensión del término municipal y su orografía, la especialización de su economía, el tipo de industrias de que se trate y su mayor o menor necesidad de terreno e instalaciones y el tipo de poblamiento que se da en su entorno. A ese tenor, hay que aclarar que es muy distinto el caso de municipios como Cádiz y Córdoba: el primero, de reducida extensión y rodeado prácticamente por completo por el mar, dejando como única comunicación terrestre con el exterior una larga franja de tierra en la cual es imposible pretender la instalación de industrias. Por su parte, Córdoba, tiene un término municipal muy extenso (unos 1.000 km²), no tiene poblaciones cercanas y, aunque buena parte del término es de tipo montañoso, dispone de terreno circundante en abundancia y con posibilidad de acceder a infraestructuras y servicios de los que suelen ser demandados por las instalaciones industriales. También son especiales los casos de Granada y Sevilla, con términos de dimensiones no tan reducidas como Cádiz pero igualmente pequeños, lo que deriva en que es el entorno el que acoge instalaciones industriales que precisan ubicarse en esa zona. También Huelva puede ser un caso especial, por su especialización industrial en una actividad (la química) que tiene que estar alejada de los grandes núcleos de población, lo que también ha derivado en que sean pueblos del entorno los que hayan acogido a una parte de las industrias instaladas en la zona.

En la Tabla 13 se observa lo siguiente:

- Respecto al **número de empresas industriales**, en términos relativos respecto a la población, el municipio de Jaén es la segunda capital de provincia andaluza, con casi 5 empresas industriales por 1.000 habitantes, solo superada por Córdoba, que, junto a Málaga (pero ésta en menor proporción) es la única capital carente de un entorno de poblaciones que sirvan como área metropolitana de expansión industrial. Precisamente Málaga es la tercera capital por número de industrias en relación al número de habitantes, confirmando lo que se afirmaba al inicio de este

apartado. Los bajos datos de Granada y Sevilla ratifican igualmente lo dicho, así como la existencia de municipios en sus áreas metropolitanas como Alcalá de Guadaíra, Dos Hermanas, Albolote, Atarfe, Pulianas... con elevada densidad industrial.

Tabla 13. Indicadores industriales de las capitales de provincia andaluzas

INDICADORES	JAÉN	ALMERÍA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	MÁLAGA	SEVILLA
Empresas industriales	575	586	314	2.212	956	455	2.475	3.005
Empresas industriales por mil habitantes	4,93	3,10	2,48	6,74	4,08	3,06	4,36	4,27
Empresas industriales sobre el total de empresas (%)	7,14	4,61	4,20	10,07	4,53	5,20	6,06	5,74
Establecimientos industriales	666	597	386	2.349	1.027	532	2.746	3.107
Nº de establecimientos por empresa	1,16	1,02	1,23	1,06	1,07	1,17	1,11	1,03
Empleo industrial (*)	4.467	2.338	2.495	12.232	5.775	3.836	19.444	22.909
Nº de empleos por empresa	7,77	3,99	7,95	5,53	6,04	8,43	7,86	7,62
Nº de empleos por establecimiento	6,71	3,92	6,46	5,21	5,62	7,21	7,08	7,37
Inversión en nuevas industrias 2005 - 2008	11.181	3.542	2.956	44.715	19.813	13.821	16.816 (1)	53.154
Inversión en nuevas industrias / Empresas industriales	19,4	6,0	9,4	20,2	20,7	30,4	6,8	17,7
Nuevos establecimientos industriales (2008-2009)	26							
Nuevos establecimientos / Establecimientos industriales (%)	3,9							
Establecimientos de servicios a empresas	1.931	2.864	1.704	4.324	5.831	1.923	8.812	14.864
Establecimientos de servicios a empresas por empresa industrial	3,36	4,89	5,43	1,95	6,10	4,23	3,56	4,95
Establecimientos de servicios avanzados a empresas	682	1.041	488	1.344	1.815	676	2.581	5.224
Establs, de servicios avanzados por empresa industrial	1,19	1,78	1,55	0,61	1,90	1,49	1,04	1,74
Empleo en servicios a empresas	6.856	10.509	6.503	13.724	15.500	7.933	35.800	76.057
Nº de empleos por establecimiento de servicios a empresas	3,55	3,67	3,82	3,17	2,66	4,13	4,06	5,12
Empleo en servicios a empresas / Empleo industrial	1,53	4,49	2,61	1,12	2,68	2,07	1,84	3,32
Empleo en servicios avanzados a empresas	2.625	4.150	2.149	4.884	4.746	3.129	13.494	28.092
Nº de empleos por establec, de servicios avanzados a empresas	3,85	3,99	4,40	3,63	2,61	4,63	5,23	5,38
Empleo en servicios aa, a empresas / Empleo industrial	0,59	1,78	0,86	0,40	0,82	0,82	0,69	1,23
Patentes y modelos de utilidad concedidos 2008 - 2009	18	24	15	22	69	14	100	126
Patentes y mm, utilidad concedidos / Empresa industrial (%)	3,13	4,10	4,78	0,99	7,22	3,08	4,04	4,19

Empresas, establecimientos, empleo y patentes, en unidades; Inversión en miles de euros

Los datos no especificados corresponden todos a 2008

(*) Incluye actividades extractivas, manufactureras y energía y agua

(1) La inversión industrial en Málaga capital corresponde sólo a dos años, por falta de los datos de los otros dos

Fuentes: Instituto de Estadística de Andalucía y Registro Industrial. Elaboración, Agencia IDEA

- Respecto al **total de empresas del municipio**, el de Jaén alcanza un índice del 7,14%, también el segundo más alto de las ocho capitales tras Córdoba (10,07%) y bastante por delante de la tercera, Málaga, 6,06%.

- En cuanto al **número de establecimientos**, Jaén supera a Almería y se coloca en el quinto lugar de las capitales, pero más significativo puede ser el **índice entre establecimientos y empresas**, que da idea de que Jaén acoge más establecimientos que empresas tiene.
- Por lo que respecta al **empleo industrial**, los 4.467 trabajadores de ese sector en la capital jiennense suponen el quinto colectivo de entre las capitales de provincia, el mismo puesto que en los establecimientos. Puesto en relación este dato con el número de empresas, resulta que los 7,77 empleos por empresa industrial de Jaén le dan el cuarto puesto en el ranking, constatando que la empresa industrial jiennense es de tamaño medio en comparación con las demás capitales.
- La **inversión en nuevas industrias** en el periodo 2005-2008 relativa al número de empresas coloca a Jaén en cuarto lugar de las capitales de provincia, cediendo solo ante Huelva. El primer puesto de Huelva tiene bastante que ver con la especialización química de esta capital, ya que esta actividad es muy intensiva en el uso de recursos financieros, especialmente en un periodo como los años del informe, en el que la inversión en la adopción de medidas de índole medioambiental ha sido una de las tónicas dominantes.
- En el capítulo de los **servicios empresariales**, Jaén ocupa el séptimo lugar en cuanto a cifras relativas de establecimientos respecto del número de empresas industriales, superando solamente a Córdoba, donde juega en su contra la gran población de microempresas. También en los servicios avanzados respecto al número de empresas Jaén ocupa el sexto lugar.
- En cuanto al **empleo en servicios a empresas**, sólo Cádiz tiene una cifra más baja que Jaén, que en términos absolutos está lejos de todas las demás, pero en el empleo medio por establecimiento las diferencias se atenúan entre capitales. Las diferencias son más grandes en la relación entre empleo en servicios empresariales y empleo industrial, en el que el índice 1,53 de Jaén queda lejos del 4,49 de Almería y de los de Cádiz, Granada y Sevilla, todos por encima del 2,5. En empleos en servicios avanzados a empresas se refleja básicamente la misma situación.
- Finalmente, en el apartado de **patentes y modelos de utilidad**⁹, las 18 patentes o modelos de Jaén capital en los dos últimos años solo superan las cifras de Cádiz y Huelva y están lejos de las tres capitales andaluzas con mayor actividad en esta cuestión, Sevilla, Málaga y Granada.

Como resumen, la ciudad de Jaén es la segunda capital de provincia en porcentaje de empresas industriales por habitante y respecto al total, aunque acoge más establecimientos que empresas. Sus empresas son de tamaño medio y dentro de ellas hay sólo un pequeño porcentaje dedicado a prestar servicios empresariales

⁹ Puede haber diferencias en los datos definitivos respecto de los que se han tomado para el presente informe, por problemas en la ubicación de algunas de las que se han recogido en el departamento de la Agencia que se dedica a estos menesteres.

(básicos o avanzados). El grado de innovación de las empresas medido en función del número de patentes o modelos es bajo.

Para analizar el impacto en el sector industrial de la ciudad de Jaén de los diferentes subsectores, presentamos dos tablas. En la primera (Tabla 14) se recogen aquellas actividades que, en los diferentes indicadores, alcanzan un peso del 2% o superior sobre el total correspondiente de la comunidad autónoma. Estas actividades pueden considerarse con un cierto nivel superior a la media de la actividad industrial. La segunda recoge las que no llegan al 1% en ese mismo indicador.

Tabla 14. Subsectores en los que Jaén capital presenta mayor peso sobre el conjunto de Andalucía por indicador (-1%)

Subsectores en los que Jaén capital presenta mayor peso sobre el conjunto de Andalucía por indicador (-1%)			
Indicador nº de empresas	Indicador nº de empleos	Indicador nº establecimientos	Ind: nº establecimientos grandes
			Madera y corcho (2,3%)
Papel, Edición y Artes gráficas (2%)		2%	2,4%
			Industria química (4%)
Constr. Maquin. T Emec (2,2%)	3,1%	2,4%	4,5%
Mat. Y Eq. Elect, Elec y Ópt (2%)			Mat. Y Eq. Elect, Elec y Ópt (2,3%)
Material de transporte (2,5%)	2,1%	2,9%	3,6%
			Prod y distrib En El y Agua (2,8%)
			Prod y distrib En El y Agua (3,4%)

Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía. Agencia Idea.

En relación con la primera, vemos que solo dos subsectores están presentes en todos los indicadores de la tabla de los porcentajes elevados:

- la construcción de maquinaria y equipo mecánico, que supone el 2,2% de las empresas, y
- la fabricación de material de transporte.

Solo el papel, edición y artes gráficas está en tres de los indicadores. Y en dos indicadores están la fabricación de material y equipo eléctrico, electrónico y óptico, y la producción y distribución de energía eléctrica y agua.

En un solo indicador se encuentran la industria química (4% de los establecimientos) y la madera y corcho (2,3% de los establecimientos de mayor tamaño).

En cuanto a la Tabla 15, tres subsectores están en los cuatro indicadores con menor peso (industrias extractivas, textil y confección y cuero y calzado), ninguno está en tres y dos en otros tanto (transformación de minerales no metálicos y manufacturas diversas); finalmente, tres subsectores están en un indicador con un porcentaje inferior al 1% del total de su indicador en el conjunto de la comunidad autónoma: industria química, madera y corcho (que son los únicos que están al mismo tiempo en las dos tablas de síntesis), caucho y materias plásticas y metalurgia y fabricación de productos metálicos.

Tabla 15. Subsectores en los que Jaén capital presenta menor peso sobre el conjunto de Andalucía por indicador (+2%)

Subsectores en los que Jaén capital presenta menor peso sobre el conjunto de Andalucía por indicador (+2%)

Indicador nº de empresas	Indicador nº de empleos	Indicador nº establecimientos	Ind: nº establecimientos grandes
Industrias extractivas	Industrias extractivas	Industrias extractivas	Industrias extractivas
Textil y confección	Textil y confección	Textil y confección	Textil y confección
Cuero y calzado	Cuero y calzado	Cuero y calzado	Cuero y calzado
		Madera y corcho	
Industria química			
	Caucho y materias plásticas		
	Transformación Minerales no metálicos		Transformación Minerales no metálicos
			Metalurgia y fabr. Productos metálicos
	Manufacturas diversas		Manufacturas diversas

Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía. Agencia Idea.

6. Construcción

Los años de crisis han golpeado duramente a la construcción en la mayor parte del mundo. Con los datos disponibles por la Cámara de Comercio de Jaén (Tabla 16), podemos afirmar que el número de empresas que actualmente opera en la ciudad está en torno a 1.000, cifra similar al año 2005, en fase ascendente del periodo cíclico anterior. Sin embargo, en los últimos 2 años han desaparecido más de 300 empresas en este sector en la ciudad. Con todo, muchas de ellas han reducido su plantilla y otras se encuentran en suspensión de pagos y quiebra. La situación podría ser aún peor de no ser por las recientes inversiones en infraestructuras municipales que se vienen llevando a cabo para paliar los efectos de la crisis y por la gran obra que supone la construcción del tranvía.

La edificación y obra civil y las instalaciones y montajes son las dos actividades que agrupan a la mayor parte de las empresas constructoras de Jaén, entre ambas casi el 80 por ciento. Tras ellas, el acabado de obras, con un 16 por ciento de las empresas, es la siguiente actividad en importancia, dejando ya un número pequeño de empresas para el resto de actividades. Sin embargo, la importancia económica de algunas de estas últimas es más elevada. En efecto, como en el resto de los sectores, no sólo en Jaén, sino en España, Europa y en todo el mundo, podemos encontrar la atomización como la principal característica, pero si nos detenemos un poco en el análisis descubrimos que existe una gran concentración del mercado en un número reducido de empresas. Así, si tenemos en cuenta que el tamaño medio de las empresas es de 5 trabajadores, con un 90 por ciento de microempresas y que las grandes y medianas, de más de 50 trabajadores, tienen una cuota de mercado del 35 por ciento, pese a no ser más del 1 por ciento de las empresas y ocupar al 22 por ciento del empleo, nos podemos plantear que este sector es bipolar, con un 1 por ciento de las empresas que controlan el 35 por ciento del mercado y un 99 por ciento de empresas que no alcanza al 65 por ciento de las ventas.

Tabla 16. Número de empresas constructoras por actividad

ACTIVIDAD	Nº EMPRESAS
Edificación y obra civil	401
Consolidación y preparación de terrenos, demoliciones	18
Preparación y montaje de estructuras, cubiertas	7
Instalaciones y montajes	406
Acabado de obras	178
Servicios auxiliares de la construcción y dragados	4
Construcción, reparación y conservación, toda clase de obras	15
Agrupaciones y uniones temporales de empresas	33
Total empresas construcción	1.062

Fuente: Cámara de Comercio de Jaén, 2010.

Las perspectivas del sector a corto plazo son todavía negativas, si nos atenemos a la reducción en el número de visados de vivienda y a la reducción de las inversiones en obras públicas para el próximo año. La debilidad en la demanda es uno de los principales problemas de las empresas locales, así como la todavía elevada dificultad de acceder a la financiación bancaria. En opinión de los empresarios locales, extraída del índice de confianza empresarial del sector, las expectativas a corto plazo son ampliamente negativas, aunque mejores que en los dos últimos años.

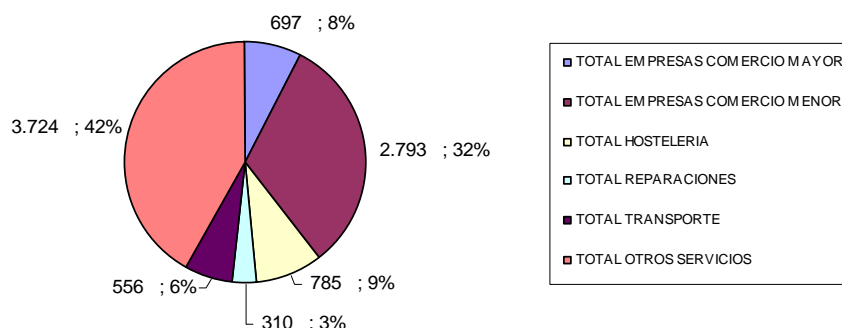
Desde el punto de vista estratégico, en general, las empresas no consideran la innovación como un factor determinante, salvo las excepciones de algunas muy especializadas. La productividad es casi un 30 por ciento menor que en las empresas industriales, lo que lleva a medio plazo a una reducción de los beneficios y salarios o a una subida de precios. Sin embargo, las reducidas barreras de entrada en algunas de sus actividades, como la obra residencial, por ejemplo, incrementan la competencia, lo que reduce los beneficios empresariales y puede llevar a algunas empresas a sumergir cada vez más una mayor parte de su actividad para sobrevivir en esta coyuntura económica y a aumentar los riesgos para los trabajadores y la precariedad laboral.

7. Comercio y servicios a los ciudadanos

El comercio es una de las principales actividades económicas de la capital. El sector se caracteriza por la dualidad en que convive el comercio tradicional de proximidad, mayoritario, con un comercio de grandes cadenas de distribución comercial.

Jaén es el núcleo central de un área comercial de un total de 518.327 habitantes, con un centro de 116.417 en la capital. El mercado potencial del comercio se distribuye en un 22% en la propia ciudad y el resto se reparte entre la población del área comercial, que se desplaza de forma habitual al núcleo para realizar sus compras y a otras subáreas comerciales de la provincia y áreas cercanas, como Granada y Córdoba, con las que compite en algunos territorios. En la Tabla 17 se presenta el área metropolitana de Jaén capital y el número de habitantes de las localidades que integran el área comercial, así como otras áreas comerciales de influencia.

Ilustración 2. Distribución del comercio y otros servicios



Fuente: Cámara de Comercio de Jaén, 2010

En términos absolutos, Jaén ocupa el puesto trigésimo segundo sobre el total de las 77 áreas comerciales más importantes de España. Sin embargo, un análisis en términos relativos permite detectar que es de las principales áreas comerciales con mayor atracción relativa del municipio cabecera de área, pues, en este sentido es la décima. Es decir, que es una de las ciudades con menor población capaz de atraer a mayor población de su *hinterland*¹⁰, pese a la competencia de áreas tan importantes como Granada y Córdoba.

Atendiendo a su apariencia, podemos distinguir dos grandes grupos de comercios en la ciudad:

1. El moderno, que abunda en la zona más céntrica, con escaparates cuidados, que actúan de reclamo para el cliente, alta rotación de prendas y la mayor parte de ellos franquiciados o pertenecientes a cadenas de implantación nacional e internacional. La forma de gestión es empresarial y dispone de mecanismos de gestión de dinamización de la mercancía, entre otros.
2. El tradicional, con una presentación del escaparate intensiva en artículos, que pretende ofrecer una imagen visual del stock disponible en la tienda, pero con un menor cuidado artístico en la disposición. Algunos son antiguos y necesitados de remodelación. La forma de gestión es familiar.

Atendiendo a la forma de gestión, se puede distinguir entre:

1. Integrados en grupos de empresas nacionales e internacionales, franquicias y concesionarios. Éstos han adoptado los métodos de gestión más eficientes y ofrecen continuos cambios en su oferta de productos por temporada.
2. Empresas familiares. Éstas tienen una forma de gestión generalmente más tradicional y menos profesional. En ocasiones con dificultades en el acceso a la financiación del fondo de maniobra.

¹⁰ Área comercial.

Tabla 17. Gravitaciones comerciales de Jaén Capital

Área comercial	Municipios	Provincia	Nº total de municipios en el área/subárea	Población	Distancia en Km. A de la cabecera	Gravitación compartida	
						Área comercial	Subárea comercial
ÁREA DE JAÉN			68	518.327			
	Jaén (Cabecera de área)	Jaén		116.417	-	Granada	Gravitación directa
GRAVITACIÓN DIRECTA			26	133.395			
	Albanchez de Mágina	Jaén		1.264	45		
	Alcaudete	Jaén		11.015	48	Granada	Gravitación directa (7)
	Bélmez de la Moraleda	Jaén		1.868	69	Úbeda	Gravitación directa
	Cabra del Santo Cristo	Jaén		2.110	77	Úbeda	Gravitación directa
	Cambil	Jaén		2.967	32		
	Campillo de Arenas	Jaén		1.977	40	Granada	Gravitación directa
	Cárcheles	Jaén		1.491	32		
	Castillo de Locubín	Jaén		4.832	68	Granada	Gravitación directa
	Fuensanta de Martos	Jaén		3.300	36		
	Fuerte del Rey	Jaén		1.315	15		
	Guardia de Jaén (La)	Jaén		3.928	10		
	Huelma	Jaén		6.233	50		
	Jamilena	Jaén		3.523	16		
	Jimena	Jaén		1.493	38	Úbeda	Gravitación directa
	Mancha Real	Jaén		10.754	19		
	Martos	Jaén		24.520	24		
	Pegalajar	Jaén		3.145	21		
	Torre del Campo	Jaén		14.565	11		
	Torredonjimeno	Jaén		14.138	17		
	Torres	Jaén		1.645	31		
	Valdepeñas de Jaén	Jaén		4.222	34		
	Villardompardo	Jaén		1.140	30		
	Villares (Los)	Jaén		5.661	13		
	Villatorres	Jaén		4.464	23		

Fuente: Anuario Económico de España, La Caixa, 2009.

Atendiendo al tamaño podemos distinguir 6 grupos:

1. Hipermercados.
2. Grandes almacenes.
3. Supermercados.
4. Grandes y medianas superficies especializadas.

5. Redes de pequeños negocios familiares.
6. Pequeños establecimientos.

Cada uno de estos tipos tiene una problemática específica que debe ser abordada de manera diferenciada, aunque en general podemos distinguir aquellas que son propiedad de grandes empresas líderes de su sector o están integradas en grupos, de las que son regentadas por pequeños comerciantes locales aunque ofrezcan productos franquiciados.

En el centro de la ciudad, en los últimos años se han instalado tiendas que actúan como locomotoras comerciales, ya sea mediana y gran superficie comercial, tanto de alimentación como de no alimentación, configurándose como un síntoma de la modernidad del espacio comercial y de la especialización del mismo. Sin embargo, esta competencia está mermando las posibilidades de los pequeños comerciantes tradicionales, que precisan de nuevos objetivos para competir con estos nuevos formatos. Con todo, un espacio comercial más dinámico también ofrece oportunidades para todos. Así, Jaén presenta tres áreas de gran densidad comercial:

1. Área de la Avenida de Andalucía.
2. Área centro.
3. Área Paseo de España.

Uno de los problemas más importantes de los pequeños comerciantes es el elevado precio de los locales y la falta de servicios dedicados al ocio que pueda configurar una oferta atractiva frente a algunos grandes competidores. Como consecuencia, el comercio tradicional se resiente frente a los cambios en los consumidores y en la oferta comercial donde proliferan las grandes cadenas de distribución. La apertura de centros comerciales e hipermercados, junto a la crisis económica, está afectando profundamente al tejido comercial tradicional de la ciudad de Jaén.

Pese a la necesidad de reformar y adaptarse a los nuevos requerimientos del mercado para competir, el comercio tradicional se resiste a los cambios. Unas veces por falta de criterio empresarial y otras, seguramente las más, por falta de financiación para llevarlos a cabo. Nótese que del millón de euros que el Ayuntamiento de Jaén puso a disposición de los pequeños comerciantes locales para realizar cambios en sus negocios sólo se hizo uso de 144.253,87 euros: una de las razones para esta falta de aprovechamiento de la ayuda municipal es que el comerciante tenía que sufragar la mitad de los gastos.

Siendo muchos los comercios que necesitan realizar reformas en sus establecimientos para ser más competitivos, se hace necesaria la búsqueda de soluciones, que podrían pasar por:

- La introducción de mejoras competitivas.

- Un esfuerzo de información comercial y formación de los propios comerciantes.
- La creación de nuevas formas comerciales, fundamentalmente el asociacionismo que permitirá la explotación de sinergias conjuntamente.
- El análisis del Casco Urbano: caracterización física y espacial, aparcamientos, mobiliario urbano, ejes comerciales, determinaciones de carácter urbanístico, etc., principalmente, en aquellas zonas calificadas como comerciales. Ya que uno de los problemas principales de las ciudades es la accesibilidad y la situación del entorno urbano comercial.

Por otra parte, pero también en un escenario de cambio, el Estado español y por ende las comunidades autónomas han tenido que adaptarse a la Directiva de Servicios de la Comisión Europea. Lo que para algunos supone abrir los mercados y ampliar la libertad de establecimiento de muchas actividades, para otros es una amenaza para el modelo de negocio tradicional. La nueva Directiva permite descargar de requisitos, burocracias y trabas legales el marco jurídico en el que se desenvuelve el comercio minorista español, uno de los más intervenidos de Europa según la OCDE. Como consecuencia, los promotores de grandes superficies minoristas (a partir de 2.500 m² de superficie útil de exposición y venta al público) ven simplificados los trámites para su instalación, lo que supone una oportunidad para la ciudad, pero también una amenaza para el comercio tradicional que no está dispuesto a cambiar.

8. Turismo¹¹

En los siguientes apartados se reflejan los rasgos fundamentales de la situación del turismo de la ciudad.

7.1. La demanda turística de la ciudad de Jaén

La Tabla 18 presenta los datos existentes sobre la demanda turística de Jaén en comparación con la de otras ciudades. En ella se observa que la ciudad presenta *problemas de captación de visitantes*.

Si se considera como referente la relación entre el número de viajeros y habitantes, Jaén tiene un indicador casi la mitad de Úbeda, el 47% de Córdoba o el 15% de Granada en 2007. Por otro lado, el hecho de que la ratio de pernoctaciones por habitante y la estancia media obtengan unos niveles tan bajos, no sólo son coherentes con la debilidad del turismo antes mencionada; sino que contribuyen a mostrar un panorama relativamente peor, en la medida en que estos datos son indicativos de la capacidad de retención que tiene la ciudad de sus visitantes, y se relacionan con el tiempo en el que está gastando dinero en la ciudad y con la oferta turística que ésta

¹¹ Este apartado constituye una síntesis del trabajo realizado por la oficina técnica del Plan de desarrollo turístico de la ciudad de Jaén durante el año 2009, que puede consultarse en: Francisco José Torres Ruiz (coordinador): *Plan de desarrollo turístico "ciudad de Jaén"*, Ayuntamiento de Jaén, Patronato municipal de cultura, turismo y fiestas. Concejalía de promoción económica y Turismo, 2010.

proporciona -tanto en calidad como en cantidad. Jaén también *presenta problemas para retener a sus visitantes*.

Tabla 18. Indicadores básicos comparados del turismo en la ciudad de Jaén (2007)

	Habitantes	Viajeros	Viajeros / habitantes	Pernoctaciones	Estancia media	Pernoct./ habitantes
Jaén	116.393	145.141	1,25	203.102	1,4	1,74
Almería	186.651	258.621	1,39	476.580	1,84	2,55
Córdoba	323.600	863.493	2,67	1.194.462	1,38	3,69
Granada	236.207	1.492.977	6,32	2.712.449	1,82	11,48
Málaga	561.250	719.469	1,28	1.280.749	1,78	2,28
Sevilla	699.145	1.840.141	2,63	3.420.136	1,86	4,89
Úbeda	34.347	79.843	2,32	119.861	1,5	3,49
Cuenca	52.980	222.181	4,19	367.154	1,65	6,93
Valladolid	316.564	353.613	1,12	555.636	1,57	1,76
Badajoz	145.257	154.516	1,06	279.370	1,61	1,92

Fuente: INE

8.2. La explicación de esta realidad: las causas

La ciudad de Jaén es la más desconocida de las capitales de interior de Andalucía y la que menos interés despierta entre las personas que no la conocen, según los datos obtenidos en un estudio de imagen de todas las capitales de provincia andaluzas, basado en una encuesta telefónica aleatoria realizada a 800 personas (Tabla 19)¹².

Tabla 19. ¿Qué ciudad de interior no conoces y te gustaría conocer en un fin de semana o puente? (espontáneo)

Ciudades	% de personas que no conocen la ciudad	% de entrevistados que les gustaría conocer* la ciudad
Córdoba	33,5	12,5
Granada	21,5	20,1
Jaén	54,1	8,1
Sevilla	19,7	18,5

*Referido a las personas que no conocen cada ciudad.

Fuente: estudio verde, incluido en Francisco José Torres Ruiz (coordinador): *Plan de desarrollo turístico "ciudad de Jaén"*, Ayuntamiento de Jaén, Patronato municipal de cultura, turismo y fiestas. Concejalía de promoción económica y Turismo, 2010.

Los indicios y razones de este desconocimiento y ausencia de interés son variados; pero todos convergen en el punto en que contribuyen a constituir una ciudad poco competitiva desde un punto de vista turístico, sobre todo, en comparación con las ciudades de nuestro entorno, dando como consecuencia una mala imagen de la ciudad o ausencia de la misma, que queda ensombrecida por la de otras ciudades

¹²Francisco José Torres Ruiz (coordinador): *Plan de desarrollo turístico "ciudad de Jaén"*, Ayuntamiento de Jaén, Patronato municipal de cultura, turismo y fiestas. Concejalía de promoción económica y Turismo, 2010.

colindantes. Sin embargo, la imagen es clave. Un destino sin imagen es un destino que no existe en el mercado. El primer paso es conseguir una imagen atractiva, interesante, diferente y, por supuesto, conectada con la realidad¹³. La actividad turística se elige entre los lugares que se consideran atractivos –se hayan visitado o no, luego el hecho de estar entre estos lugares es ya un paso sumamente importante. Esto supone estar en el grupo de los potenciales ganadores.

1. La imagen de la ciudad de Jaén

Si la imagen es el punto de partida, construir-conseguir una imagen adecuada es un objetivo fundamental en materia de turismo. Para ello, se deben tener en cuenta tres pilares fundamentales:

- La imagen actual, pues es difícil cambiar una imagen fuertemente asentada.
- Las características de la ciudad como foco o marco de referencia, para conocer las potencialidades de la ciudad e intentar que la comunicación sea coherente con lo que la ciudad es y ofrece.
- La imagen deseada o posicionamiento buscado en la ciudad, la síntesis que dará coherencia a toda la comunicación y al diseño del propio destino turístico.

En líneas generales, y en comparación con el resto de capitales de provincia andaluzas, la ciudad tiene una imagen débil y ligeramente negativa, similar a Almería y Huelva; con poca capacidad evocadora. Se posiciona como una ciudad pequeña, provinciana, sin un atractivo o belleza singular. No se asocia a ninguna actividad específica que pueda desarrollar un turista y muestra un perfil básicamente tranquilo y poco urbano, con poco que ofrecer.

Esta imagen explica, en parte, la comparativamente baja afluencia de turistas y el escaso interés que la ciudad despierta. No obstante, ello proporciona un marco de flexibilidad, en el sentido de que puede ser la base para construir una imagen suficientemente competitiva como para dotar de notoriedad y singularidad a la ciudad sin la necesidad de tener que superar ideas preconcebidas o fuertemente asentadas en el mercado turístico. Siempre es más fácil construir una imagen nueva y buena que cambiar una mala imagen.

Cuando un visitante conoce la ciudad, en líneas generales, toma conciencia de que es un destino en el que se pueden hacer algunas cosas, sobre todo, relacionadas con bares, restaurantes, etc. Asimismo, en comparación con el resto de capitales andaluzas, confirma sus expectativas de encontrarse con una capital provinciana, sencilla, hospitalaria, tranquila, y que, en general, no se identifica como de las que más gustan.

La visita es satisfactoria; fundamentalmente, por la ausencia de una imagen previa importante. Las expectativas son muy bajas y, por ello, la ciudad sorprende en positivo. Bares, restaurantes y, sobre todo, las personas son los aspectos mejor valorados. Finalmente, se perciben algunas carencias relacionadas con la cantidad y calidad de servicios, sobre todo, en la oferta de ocio y cultural.

¹³ No se deben crear expectativas falsas, inconexas con la realidad; sencillamente, el consumidor se siente engañado.

En este contexto, vuelve a llamar la atención la ausencia de evocación de ningún elemento particular, fuertemente impactante, que justifique un desplazamiento de larga distancia. No se resalta ni se enfatiza ningún elemento que haya llamado poderosamente la atención en la ciudad.

2. Las atracciones básicas: la situación de la ciudad

Consideramos atracciones básicas la motivación fundamental que justifica el viaje, capaz de conseguir que un turista realice un desplazamiento de larga distancia. Las atracciones básicas pueden ser muy variadas, pero generalmente se asocian con actividades muy relacionadas con los intereses, actividades y aficiones del turista. Las grandes ciudades suelen ofrecer espectáculos –musicales, teatros, ópera, conciertos, eventos deportivos-, que ostentan el estatus de atracciones básicas, produciéndose desplazamientos con el fin de acudir a alguno de ellos. Del mismo modo, actividades como esquiar, jugar al golf, bucear, pescar, actividades de montaña, hacer windsurf, estar en un balneario, hacer turismo rural o visitar un parque temático para niños son motivaciones fundamentales que justifican desplazamientos de larga distancia y que, si están bien desarrolladas en un destino, pueden ser atracciones básicas. Finalmente, otro amplio grupo de atracciones, de carácter temporal, son eventos como romerías, carnavales, ferias y fiestas, etc.

El principal problema de la ciudad de Jaén es su escasez de atracciones de este tipo, sobre todo en comparación con las ciudades de nuestro entorno. Jaén presenta una oferta relativa de atracciones secundarias, sobre todo de naturaleza histórico-patrimonial que pueden enriquecer la experiencia de un turista, que gozan de cierta singularidad y que, de forma conjunta, podrían constituir un foco de atracción. Nos referimos al “factor ibero” y la “obra de Vandelvira” que presentan cierta potencialidad si son adecuadamente explotadas; aunque es difícil que, como elementos aislados justifiquen desplazamientos de larga distancia. Carece de elementos que, en suma, despierten un verdadero interés en visitar la ciudad.

No obstante, las atracciones secundarias y los servicios de apoyo precisan una mejora, tanto a nivel cuantitativo -más atracciones y servicios- como cualitativo -Catedral patrimonio de la humanidad, parking, horarios de visita, actividad de comunicación de los museos, etc.

Finalmente, el débil binomio imagen-atracción básica dificulta en gran medida las actividades de comunicación de la ciudad en materia turística, tanto a nivel privado como público, ¿qué decimos de la ciudad, qué destacamos de ella? Ante esta situación, es fácil entender que la comunicación se realiza a ráfagas, sin coordinación entre campañas y sin potenciar ningún tipo de elemento simbólico e identitario general de la ciudad que, sistemáticamente esté presente en la misma –ya sea de forma manifiesta o implícita. Todo ello merma la efectividad de la misma y es causa parcial del poco impacto de la ciudad en los medios y en la mente del turista: el desarrollo de una estrategia de imagen-posicionamiento y la puesta en marcha de atracciones básicas coherentes con la misma, se configuran como dos vectores claves en el desarrollo turístico de la ciudad.

9. El ámbito institucional y la actividad económica: mecanismos de estímulo empresarial

El ámbito institucional es el conjunto de normas, reglas, usos y costumbres, modos de actuar..., que, unido a los diferentes organismos públicos y privados, configuran el entorno en el que se desenvuelve la actividad de las empresas y los ciudadanos. Un entorno institucional dinámico, capaz de dar respuesta a los problemas que se presentan en el devenir de una empresa a lo largo de su historia es un activo muy importante para una ciudad.

Abordar la cuestión del ámbito institucional es entrar no sólo en el funcionamiento de las políticas de apoyo a las empresas y del conjunto de organismos que se encargan de estimularlas, sino también –y aquí es donde queremos hacer un hincapié especial- en la actitud y la cultura de los ciudadanos locales frente a la actividad empresarial, incluyendo a los propios empresarios.

Hay muchas y múltiples maneras de favorecer o dinamizar la actividad económica de un territorio, entre ellas destacan las siguientes:

1. Existencia de insumos de bajo coste en el entorno, abundantes y de calidad, así como mano de obra formada y con voluntad de compromiso.
2. Actitud favorable de la Administración, mostrada en el acompañamiento, facilitación de información, agilización de trámites y licencias y colaboración en general.
3. Incentivación económica para la realización de inversiones en activos fijos y la creación de nuevos puestos de trabajo y adecuación de políticas fiscales.
4. Creación de un entorno favorable con servicios empresariales de calidad, oferta suficiente de suelo industrial, comunicaciones y buen entorno cultural, servicios personales y buenas condiciones meteorológicas.

Como podemos observar, muchos de estos criterios generales van más allá de la incentivación económica tradicional mediante el subsidio económico de la actividad inversora. Al contrario, muchos de ellos tienen que ver con aspectos de la cultura local y la forma en la que se hacen los acuerdos, los compromisos y las relaciones entre la sociedad y las empresas. Así, se torna estratégica la modificación de las conductas y actitudes de funcionarios y empleados públicos hacia un enfoque de servicio a las empresas, así como la erradicación de una actitud voluntarista del “todo es posible” en la clase política, que ha frustrado gran parte de las expectativas de algunos empresarios y trabajadores locales.

Es necesario transmitir una imagen de rigurosidad y profesionalidad que no dé lugar a equívocos ya que éstos finalmente provocan desencantos sociales y repercuten en la viabilidad de los proyectos empresariales y en su ubicación definitiva.

Es necesario, también, por otra parte, que el empresario medio jiennense supere uno de sus problemas estratégicos fundamentales: su falta de formación. Ésta es la causante de muchas de las actitudes que lastran el desarrollo local: la especulación inmovilista, estructuras empresariales inadecuadas, escasa financiación propia...

Es necesario desterrar “la cultura de la subvención”, es decir aquella que actúa como rémora inmovilista de la falta de ambición –que busca la solución de los problemas en actuaciones y ayudas externas y la protección de mercados-, aversión al riesgo y a la innovación y temor al cambio que deben estar presentes en la actitud emprendedora de la población si queremos mejorar la posición de la capital en este sentido.

Es necesario despertar inquietudes emprendedoras en los jóvenes, que pueden apoyarse desde la orientación y la formación universitaria, pero también y ante todo en secundaria: no existen módulos ni cursos dirigidos a los alumnos adolescentes sobre cómo llevar un negocio o cómo enfrentarse a una negociación bancaria, cuando todos ellos, aunque sólo sea en su actividad familiar, van a tener que llevarlo a cabo más de una vez en sus vidas: los conceptos financieros deberían introducirse en los estudios secundarios, pero desde el Ayuntamiento de Jaén puede contribuirse a mejorar esta situación con los organismos que están bajo su responsabilidad.

Es necesario abundar y mejorar el tutelaje de las empresas nacientes en los diferentes centros de que se disponen para fortalecer estos adecuados mecanismos de estímulo: los centros de empresas, orientación, etc., son instrumentos muy eficaces si se fortalece su capacidad docente y profesional.

Es muy importante que se establezca una política municipal de desarrollo económico clara, concreta y planificada, que establezca acciones que incidan en la mejora de las empresas locales y en la perspectiva para la aparición de nuevas.

Una de las palancas de cambio es el fortalecimiento y uso intensivo de las relaciones entre la Universidad de Jaén, las empresas locales y el Ayuntamiento de Jaén, como tres hélices capaces de estimular con su colaboración el desarrollo de la ciudad. La transferencia tecnológica, cultural y organizativa entre estos tres grupos de interés puede aportar resultados positivos para la mejora de las empresas locales, la Universidad y la ciudad en general. En este sentido, la incorporación de titulados universitarios en las empresas locales puede mejorar la capacidad de gestión y tecnológica, así como una mejor colaboración entre los tres ámbitos favorecerá los procesos de innovación y mejorará la capacidad de creación de redes entre empresas locales y foráneas aprovechando los contactos internacionales que cada vez se están consolidando más en el ámbito universitario. Por otra parte, es necesario que los empresarios locales demanden profesionales capaces de llevar a cabo tareas que

eleven la capacidad de sus empresas, por encima de la demanda habitual de jóvenes con alta preparación y baja remuneración, ya que realizan fundamentalmente tareas rutinarias que exigen reducida preparación técnica y gestora.

10. Análisis DAFO

Debilidades

1. Reducida especialización profesional de los desempleados en función de la demanda.
2. Reducida iniciativa empresarial en la población.
3. Debilidad de las estructuras comerciales y de distribución.
4. Atomización excesiva de las almazaras.
5. Avance de la erosión y pérdidas de suelo derivado de malas prácticas agrícolas.
6. Inexistencia de un inventario de caminos rurales y falta de mantenimiento de los mismos.
7. Falta de equipamientos agrarios: polígonos agrícolas, puntos de recogida de envases de fitosanitarios, de abastecimientos de agua para tratamientos plaguicidas.
8. Elevada inercia, poca profesionalización y reducida capacidad de ajuste o respuesta en el olivar.
9. Reducida y poco relevante presencia de factores productivos territoriales que supongan ventajas estratégicas significativas para las empresas industriales de capital externo.
10. Reducida inversión empresarial en bienes de equipo que incorporen últimas tecnologías.
11. Elevada dependencia empresarial de la financiación bancaria.
12. Poca actitud de las entidades financieras locales para atender las necesidades empresariales innovadoras.
13. Personal directivo con formación poco especializada y no actualizada.
14. Bajísimo nivel de innovación, proyectos de I+D y registro de patentes procedentes de las empresas.
15. Baja proporción de establecimientos de servicios empresariales básicos y avanzados para la industria.
16. Falta de una clara política municipal orientada al desarrollo económico.
17. Incompleto ajuste de la oferta en el sector de la construcción.
18. Demora en el pago de las Administraciones a sus proveedores locales.
19. Déficit en la cualificación de los trabajadores en algunos sectores: construcción y comercio, fundamentalmente.
20. Falta de valoración empresarial sobre equipos de trabajo especializados y duraderos, lo que provoca una elevadísima temporalidad del empleo.
21. Comercios anticuados y con necesidad de reformas, en algunas zonas de la ciudad.
22. Mal horario de apertura de establecimientos turísticos.
23. Falta de cooperación entre empresarios locales.
24. Escasa oferta hotelera en el centro de la ciudad.
25. Débil imagen de la ciudad en el mercado.

26. Mentalidad inmovilista, con reducida capacidad de solucionar los propios problemas y demasiado dependiente de la subvención y de la inversión ajena, especialmente pública.

Fortalezas

1. Carácter de capital de la provincia, lo que le permite generar empleo al centralizar muchos servicios.
2. Perfil joven y bien formado de un volumen notable de la población desempleada, lo cual le dota de capacidades y potencial para una incorporación futura al mercado de trabajo.
3. Elevado potencial productivo agrario: productos cárnicos, leche de vaca, aceite de oliva y hortalizas frescas.
4. Importante esfuerzo de modernización de las almazaras.
5. Sector lácteo de la leche de vaca con explotaciones bien dimensionadas, muchas transforman la leche añadiendo valor.
6. Disponibilidad de servicios de I+D+i para el sector del aceite de oliva (MFAO, UJA, IFAPA, GEOLIT, CITOLIVA).
7. Relevancia económica, social y ambiental del olivar.
8. Universidad pública consolidada, con capacidad creciente y con una clara involucración con el sector productivo.
9. Mano de obra con voluntad de compromiso, implicada con los objetivos de la empresa y con escasa conflictividad.
10. Zona industrial con suficiente nivel de equipamiento y suministros eléctricos, gas y telecomunicaciones suficientes.
11. Es una de las áreas comerciales con mayor atracción relativa del municipio de cabecera.
12. Patrimonio natural, Otiñar, los cañones, Jabalcuz, etc.
13. Clima, en general, bueno (salvo verano).
14. Esfuerzo y concienciación creciente de administraciones y empresarios con el turismo, con marcado carácter coordinador de esfuerzos (planes de turismo, asociaciones de guías turísticos, IFEJA).
15. Pacto Local por el Empleo en la Ciudad de Jaén.

Amenazas

1. Competencia de otros territorios donde se trasladan nuestros ciudadanos mejor formados.
2. Excesiva concentración de la demanda en el sector del aceite de oliva y lácteo, tanto en las envasadoras como, fundamentalmente, en la gran distribución.
3. Incremento de la producción mundial de aceite de oliva y fuerte competencia con sistemas de cultivo de olivar intensivo y superintensivo.
4. Tendencia hacia la reducción de ayudas comunitarias.
5. Acuerdo de libre comercio UE-Marruecos (posible impacto a medio plazo sobre aceite de oliva).
6. Gran riesgo de deslocalización de establecimientos de grandes empresas industriales al estar poco vinculados al territorio y al entramado productivo de su entorno.

7. Competencia sobre empresas de sectores productivos maduros locales, que tienen débiles estructuras comerciales y bajo nivel tecnológico de sus bienes de equipo, lo que puede provocar la pérdida de empresas.
8. Globalización creciente de la economía que puede provocar pérdidas de mercado local a favor de empresas de fuera de la provincia.

Oportunidades

1. Valoración positiva de las propiedades saludables del aceite de oliva virgen.
2. Papel importante del olivar como sumidero de gases invernadero, por su notable fijación de CO₂.
3. Cuota significativa de titulados universitarios, que ocupan empleos por debajo de su potencial, o están en desempleo.
4. Colaboración entre el sistema educativo y el productivo, con vistas a adecuar la formación con las necesidades del mercado de trabajo.
5. Aprovechamiento, tanto por parte de los desempleados como de los empleados, de las políticas de formación que contemplan el reciclaje, la capacidad de adaptación a los cambios, la movilidad sectorial y el aumento de su productividad futura.
6. Aprovechamiento de algunas posibilidades de explotación relacionadas con nuevas actividades en el olivar: nuevos usos de subproductos, usos no alimentarios del aceite, usos turísticos y recreativos, etc.
7. Incipientes procesos de concentración para la comercialización del aceite de oliva.
8. Tendencia al aumento del consumo mundial de aceite de oliva.
9. Demanda creciente de la huerta tradicional para huertos de ocio.
10. Incremento de actuaciones coordinadas de promoción del aceite de oliva a nivel nacional e internacional.
11. Fortalecimiento del sistema Universidad Empresa en busca de mayor número de patentes en el mercado propiedad del sistema que den como resultado mayor actividad en proyectos innovadores y de I+D.
12. Marco jurídico más atractivo para la localización de grandes superficies comerciales minoristas que puede ser aprovechado por la ciudad, dado su importante grado de atracción relativa comercial, para la localización de nuevas inversiones.
13. Jaén es un destino nuevo: la novedad puede ser una oportunidad.
14. La necesidad de plantearse nuevos mecanismos para hacer frente a la crisis permite la incorporación de nuevas ideas más fácilmente, que en otros momentos podrían no tenerse en cuenta.

11. Propuesta de objetivos estratégicos

La matriz DAFO que se acaba de presentar describe la situación estratégica de la ciudad en el ámbito de los negocios en general. La escasez de datos estadísticos en el ámbito local hace que el análisis se haya completado con el conocimiento y la experiencia de los integrantes de la comisión técnica. La situación es muy adversa, pero la ciudad cuenta con un conjunto de fortalezas que tiene que saber utilizar para superar sus debilidades, aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas

que se ciernen sobre ella. Con esta misión ofrecemos la siguiente propuesta de objetivos estratégicos:

Objetivo principal:

Reducción del desempleo con aumento de la actividad sostenible y duradera

La reducción de la actividad económica de los últimos años ha dejado algunas consecuencias importantes en la economía local, que actúan como freno al desarrollo y que son el principal objetivo a superar:

La dificultad para acceder al primer empleo de jóvenes y mujeres, fundamentalmente en el sector servicios.

La dificultad para la incorporación al trabajo de los parados de larga duración.

La fuerte estacionalidad y temporalidad del empleo.

Para mejorar la actividad económica se plantean tres objetivos intermedios:

Objetivos intermedios:

1. Mejorar la capacidad de atracción de empresas.
2. Mejorar y aumentar la implantación de empresas locales.
3. Reforzar la competitividad de las empresas localizadas en Jaén.

Propuesta de objetivos estratégicos:

1. Mejorar la cualificación de la población local: desempleados y ocupados, incluyendo empresarios y directivos.

Este objetivo pretende cubrir las debilidades 1, 9, 13, 19, 20 y 26.

Se apoya en las fortalezas 2, 6, 8, 9, 14 y 15.

Aprovecha las oportunidades 3, 4, 5, 6, 11 y 14.

Se enfrenta a las amenazas 1, y 4.

2. Aumentar la iniciativa empresarial.

Este objetivo pretende cubrir las debilidades 2, 11, 12 y 26.

Se apoya en las fortalezas 2, 3, 6, 8, 11, 12, 14 y 15.

Aprovecha las oportunidades 1, 2, 3, 5, 6, 11 y 14.

Se enfrenta a las amenazas 1, y 4.

3. Mejorar las estructuras comerciales.

Este objetivo pretende cubrir las debilidades 3, 4, 8, 13 y 26.

Se apoya en las fortalezas 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 14 y 15.

Aprovecha las oportunidades 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13 y 14.

Se enfrenta a las amenazas 1, 2, y 7.

4. Adecuar y mejorar las prácticas agrícolas e infraestructura agraria para un desarrollo sostenible.

Este objetivo pretende cubrir las debilidades 5, 6 y 7.

Se apoya en las fortalezas 3, 4, 6, 7, 8, 12, 14.

Aprovecha las oportunidades 1, 2, 5, 6 y 9.

Se enfrenta a las amenazas 3, 4 y 5.

5. Mejorar y crear factores de atracción territorial de empresas externas.

Este objetivo pretende cubrir las debilidades 9, 10, 14, 15, 16, 19, 20, 21 y 26.

Se apoya en las fortalezas 3, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14 y 15.

Aprovecha las oportunidades 3, 6, 9, 12 y 13.

Se enfrenta a las amenazas 1, 4,5 y 6.

6. Mejora de la capacidad competitiva local.

Este objetivo pretende cubrir las debilidades 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25 y 26.

Se apoya en las fortalezas 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15.

Aprovecha las oportunidades 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13 y 14.

Se enfrenta a las amenazas 1, 2, 4, 5, 6, 7, y 8.

7. Mejora tecnológica.

Este objetivo pretende cubrir las debilidades 10, 11, 13, 14, 20 y 26.

Se apoya en las fortalezas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12, 14 y 15.

Aprovecha las oportunidades 3, 4, 5, 6, 7, 11 y 14.

Se enfrenta a las amenazas 1, 4, 6 y 7.

8. Mejora de servicios turísticos y comerciales.

Este objetivo pretende cubrir las debilidades 21, 22, 23, 24, 25 y 26.

Se apoya en las fortalezas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14 y 15.

Aprovecha las oportunidades 1, 3, 4, 5, 6, 9, 12, 13 y 14.

Se enfrenta a las amenazas 1, 4, 6, 7 y 8.

12. Propuesta de proyectos estratégicos

1. Mejorar la cualificación de la población local: desempleados y ocupados, incluyendo empresarios y directivos.

- Creación de una plataforma de enseñanza virtual (LMS) con contenidos para desempleados y personal de empresas. De interés local. (FAQ).

- Mejora del procedimiento de selección de profesores en cursos de Formación Profesional Ocupacional en la ciudad. Selección de profesionales altamente cualificados: estén o no en desempleo, preferiblemente no, para evitar el desaprovechamiento de la formación y la falta de interés de los desempleados en la

realización de estos cursos, derivada de su percepción sobre la irrelevancia de las capacidades que pueden adquirir.

- Planteamiento de cursos de formación desde la consulta de las necesidades formativas del sistema productivo local.
- Formación específica para aumentar la calidad de los servicios avanzados a las empresas.
- Sesiones de concienciación entre los empresarios locales sobre la necesidad de incorporar conocimiento en las plantillas y el mantenimiento y mejora de las mismas.
- Creación de módulos de gestión empresarial en el IMEFE y en la Universidad Popular Municipal para incrementar la cultura financiera de la población local.
- Creación de un máster en gestión de empresas.
- Plan de formación de los comerciantes que potencie mejorar la formación, marketing y nuevas formas de comercio.

2. Aumentar la iniciativa empresarial.

- Fomentar la creación de empresas (cooperativas, SATs u otras) para prestación de servicios de gestión de explotaciones agrarias.
- Preparación de un dossier sobre los mercados de las nuevas oportunidades de negocio en el olivar para la difusión entre los agricultores.
- Asesoramiento especializado sobre nuevos negocios en el olivar.
- Orientación hacia el autoempleo en secundaria y refuerzo de los programas existentes en la Universidad y en organismos públicos para el empleo.
- Plan de autoempleo para desempleados con formación específica impartida por empresarios locales.
- Campaña de divulgación de la práctica empresarial.
- Establecimiento de convenios con las entidades financieras para facilitar la financiación de nuevas actividades empresariales.
- Difusión de los microcréditos como herramienta de mejora del autoempleo.

3. Mejorar las estructuras comerciales.

- Incorporación de las cooperativas yalmazaras locales a centrales de ventas de ámbito provincial y/o subregional.
- Incorporación de profesionales para la comercialización, mediante la formación y orientación de los presidentes de cooperativas y gerentes de almazaras. Y, en general, en los demás sectores productivos locales.
- Misiones comerciales inversas y directas por sectores con el apoyo de la Cámara de Comercio y el Ayuntamiento.
- Implantar de manera generalizada el comercio electrónico con atención a domicilio en el comercio local.
- Crear una asociación de comerciantes locales para utilizar una plataforma de comercio electrónico común en el área metropolitana.
- Creación de un servicio público local de análisis y evaluación de los mercados como apoyo a los empresarios locales.
- Participación del sector comercial de la ciudad en los programas turísticos para aumentar su visibilidad.
- Ligar el producto turístico Jaén a Úbeda-Baeza, por un lado, y a Córdoba y a Granada, por otro.
- Asociación de los empresarios del comercio del centro para ofrecer un conjunto de servicios comunes claros y diferenciados, que se visualicen y entiendan como un verdadero centro comercial abierto, integrando las grandes cadenas de ámbito nacional.
- Creación de un centro de innovación del comercio.

4. Adecuar y mejorar las prácticas agrícolas e infraestructuras agrarias para un desarrollo sostenible.

- Programa de concienciación de los agricultores y eliminación de prácticas que atenten contra el medio ambiente: fitosanitarios, erosión, etc.
- Inventariado y arreglo de los caminos rurales.
- Creación de un producto agrícola-turístico-ocio: la huerta de ocio, a partir de la huerta tradicional, en el marco de un desarrollo sostenible.

- Creación de un polígono agrícola con servicios de punto de abastecimiento de agua y recogida de envases de fitosanitarios.
- Proyecto de apoyo al sector lácteo orientado a la transformación y comercialización directa, así como su difusión en el mercado local.
- Plan de difusión de los productos locales y puntos de venta de los mismos, dentro de la corriente *slow food* o producto de proximidad.

5. Mejorar y crear factores de atracción territorial de empresas externas

Este objetivo es de carácter muy general y abarca los proyectos de todas las comisiones. Aun así incluimos algunos que podrían haberse tratado específicamente en ésta.

- Creación de un gabinete de captación de empresas de acuerdo con la adecuación de las capacidades locales a las necesidades empresariales y apoyo previo y durante el periodo de instalación: suelo, formación, sistema de pymes especializadas, servicios públicos, I+D, etc., con clara función coordinadora entre las AAPP involucradas en el proyecto.
- Elaboración de una “guía para invertir en Jaén” y su divulgación a nivel nacional e internacional.
- Programa de cooperación con empresas locales para atraer a empresas no ubicadas en Jaén para la realización de proyectos en común.
- Establecimiento de una política municipal de desarrollo económico clara, concreta y planificada.
- Programa de cooperación garantizada entre el Ayuntamiento, la Universidad de Jaén y las empresas que se instalen.
- Cooperación entre administraciones y entidades empresariales locales para estimular el interés por aumentar el conocimiento y la formación de los empresarios locales.

6. Mejora de la capacidad competitiva local.

Este objetivo es de carácter muy general y abarca los proyectos de todas las comisiones y concretamente algunos del punto anterior. Aun así incluimos otros que podrían haberse tratado específicamente en ésta.

- Concienciación realista de las posibilidades y capacidades que las administraciones públicas poseen para incentivar el desarrollo: el protagonismo es del empresario y el inversor es el empresario. Desterrar la cultura de la subvención como meta, mediante un método de trabajo establecido previamente.

- Selección rigurosa del personal de apoyo a las iniciativas empresariales por expertos independientes.
- La Confederación Empresarial Jiennense, la Cámara de Comercio y otras organizaciones deben ser estimuladores de la importancia de la formación de sus miembros: empresarios con necesidad de reciclarse y/o formación inicial. Debe realizarse con una selección cuidadosa de los formadores.
- Programa de mejora del tutelaje de empresas nacientes. Tutelaje con servicios avanzados, no sólo los tradicionales.
- Programa de retorno de jiennenses residentes fuera de Jaén (jóvenes especialmente) con alta formación, para iniciar un negocio de proyección en la ciudad. El ayuntamiento podría facilitar vivienda, uso de los servicios municipales de apoyo, etc., con compromiso de mantenimiento de 10 años al menos o devolución de las ayudas.
- Creación de centrales de compras para el comercio local, con el objetivo de disminuir la dependencia de los grandes proveedores e incrementar la capacidad de negociación en pagos.
- Creación de centrales de gestión de ventas para comerciantes locales, para ofrecer mecanismos de fidelización de clientes del comercio, como tarjetas de pago aplazado, publicidad, etc.
- Compromiso de las entidades financieras con las empresas, facilitando crédito y/o productos que permitan adaptarse a las circunstancias locales.
- Programa de fomento de cooperación empresarial.
- Creación de un concurso internacional de excelencia de aceite de oliva virgen extra ligado a Jaén como capital mundial del aceite de oliva.

7. Mejora tecnológica.

- Realización de un estudio de las necesidades tecnológicas de cada sector en el marco de la competencia a medio plazo. Cooperación empresas-Ayuntamiento-Universidad.
- Programa de incorporación de personal especializado con capacidad de absorción tecnológica en determinadas empresas y administración local. Cooperación empresas-Ayuntamiento-Universidad.
- Programa de orientación sobre las posibilidades de negocio tras la adopción de estrategias defensivas *versus* de diferenciación ligadas a la innovación.

- Uso de los mecanismos que permite el capital-riesgo en iniciativas innovadoras e incremento de este instrumento desde el ámbito local.
- Programa de formación a pequeños comerciantes sobre nuevas tecnologías y las ventajas de su uso.

8. Mejora de servicios turísticos y comerciales.

- Utilización de servicios comunes en los mercados de abastos como carritos, aparcamientos con tickets en el comercio del centro, tarjetas, pedidos por teléfono, etc.
- Incremento del uso de la publicidad de manera coordinada en un entorno de centro comercial abierto.
- Estímulo de la aparición de comercio *outlet* (de oportunidades) y de bienes usados.
- Sensibilización de los barrios con su comercio de proximidad. Sesiones de demostración, presentación y servicios dirigidas por la Cámara de Comercio.
- Programa de servicios de ocio ligado al comercio del centro de la ciudad, preparadas por los comerciantes locales.
- Comercialización de paquetes turísticos conjuntos con otras ciudades.
- Inclusión de la oferta de naturaleza en el turismo de Jaén.

13. Escenarios de futuro

13.1. Escenario tendencial.

Una lectura detenida del diagnóstico realizado lleva a la conclusión de identificar algunos mecanismos de la sociedad local que, de no corregirse con los proyectos estratégicos expuestos o con cualesquiera otros -pero eso sí- que hagan atemperar las debilidades y hacer frente de manera talentosa a las amenazas, podrían terminar dibujando un escenario donde los vectores principales fueran los siguientes:

- Las empresas locales carecen de la capacidad de respuesta necesaria a las fluctuaciones del entorno y no cuentan con iniciativa para crear espacios nuevos de competencia, como consecuencia se hunden en estrategias defensivas que les van empujando hacia la economía sumergida y la desaparición.

- La cualificación de la población ocupada es cada vez menor. La mano de obra de alta preparación emigra a otros territorios o acepta salarios por debajo de sus capacidades.
- Avanza la erosión y la actividad agrícola pierde capacidad productiva.
- A medio plazo el olivar pierde rentabilidad por el aumento de la oferta de territorios competidores y la incapacidad local para estimular la comercialización.
- La sociedad local es incapaz de hacer frente a los nuevos desafíos del mercado y sigue instalada en la espera de la ayuda a las regiones menos favorecidas del Estado y de la Unión Europea.
- La precariedad laboral aumenta los problemas de marginación social.
- El paro y la emigración se aceptan con resignación.
- Las grandes empresas externas que se mantienen lo hacen sólo por motivos de demanda, ya que los factores de producción locales no son competitivos en un marco globalizado.
- Las inversiones públicas en servicios básicos a los ciudadanos compensan hasta cierto punto el declive económico y social.
- La población se estanca o crece por debajo de la media española.

13.2. Escenario de cambio.

La búsqueda de los objetivos estratégicos planteados y la puesta en práctica de proyectos que los hagan alcanzar permite un cambio en la trayectoria tendencial de la ciudad de Jaén, hacia un escenario donde el aprovechamiento de las oportunidades, gracias a un inteligente uso de sus fortalezas, le permite hacer frente a los desafíos del entorno y provocar cambios de tendencia a su favor que implican las siguientes situaciones:

- La ciudad se convierte en un centro de servicios avanzados para el sector del aceite de oliva y aglutina un conjunto de servicios especializados de atención a las empresas de otros sectores. Realmente es vista como capital mundial del aceite de oliva.
- Las inversiones públicas mantienen un constante impulso de la actividad que acompaña al creciente dinamismo del sector privado.
- La ciudad utiliza el potencial humano para construir un número cada vez mayor de empresas que compiten adecuadamente en el mercado, con crecientes

tasas de ocupación, que permiten reducir el desempleo a medio plazo y abre puertas para el establecimiento de la cualificada mano de obra local.

- El centro comercial de Jaén aumenta en calidad y da cobertura a una cada vez mayor área metropolitana que crece al amparo de una ciudad dinámica y moderna.
- El dinamismo de la ciudad cambia la imagen de Jaén en el mercado turístico mejorando su posicionamiento y atrayendo a más visitantes.
- El uso sostenible en las técnicas agrícolas unido a las propiedades saludables del aceite de oliva mejora la competitividad local.
- La iniciativa privada comienza a ser una de las palancas de cambio social y se empieza a abandonar el victimismo y la solicitud de inversión exterior como único mecanismo de crecimiento y empleo.
- Las empresas externas valoran el cambio social y empresarial de Jaén y muestran interés por localizarse en un territorio donde encontrar mano de obra cualificada, empresas con las que colaborar y una administración local que tiene las ideas claras para el desarrollo económico y social de su ciudad.
- La colaboración entre las empresas, la Universidad de Jaén y el Ayuntamiento es ágil y constante, lo que permite el aprovechamiento de importantes sinergias para todas las partes.
- La elevación de la renta local desvía el interés de la población hacia el éxito empresarial que actúa como palanca de cambio, mejorando la iniciativa privada y el autoempleo.
- La ciudad crece en población, así como el área metropolitana, y ofrece oportunidades de desarrollo en nuevas actividades orientadas al mercado.

Anexo 1: Tablas y figuras

Tabla 20. Distribución general de tierras del término municipal de Jaén

APROVECHAMIENTO (2008)	Jaén capital			Jaén provincia		
	Secano (ha)	Regadío (ha)	Total (ha)	Secano (ha)	Regadío (ha)	Total (ha)
Tierras ocupadas por cultivos herbáceos	2.854	419	3.273	28.719	14.990	43.709
<i>Cereales grano:</i>	2.467	117	2.584	25.668	5.824	31.492
Trigo	1.749	77	1.826			
Cebada	492	28	520			
Avena	226	1	227			
Maiz		11	11			
<i>Leguminosas grano:</i>	158	16	174	738	231	969
Garbanzo	18		18			
Guisante seco	140	16	156			
<i>Tuberculos consumo humano:</i>				5	376	381
<i>Cultivos industriales:</i>	19	51	70	1.516	5.147	6.663
Algodón		4	4			
Girasol		23	23			
Colza	19	24	43			
<i>Flores y plantas ornamentales:</i>				0	79	79
<i>Cultivos forrajeros:</i>		41	41	427	566	993
Alfalfa		41	41			
<i>Hortalizas:</i>	210	194	404	381	2.920	3.301
Espárrago		61	61			
Espinaca		10	10			
Acelga		5	5			
Cardo		1	1			
Pepino		7	7			
Tomate		31	31			
Pimiento		25	25			
Ajo		30	30			
Cebolla		24	24			
Haba verde	210		210			
Barbechos y otras tierras no ocupadas	1.952	31	1.983	39.036	2.964	42.000
Tierras ocupadas por cultivos leñosos	14.871	9.017	23.888	391.851	184.203	576.054
<i>Cítricos:</i>					4	4
<i>Frutales:</i>	45		45	3.725	976	4.701
Almendro	45		45			
<i>Viñedo no asociado:</i>				440	12	452
<i>Olivar:</i>	14.826	9.017	23.843	387.633	183.189	570.822
Olivar aceituna aceite.....	14.826	9.017	23.843			
<i>Otros cultivos leñosos:</i>				53	0	53
<i>Viveros:</i>					22	22
A) TOTAL TIERRAS DE CULTIVO (Sup. Labrada)	19.677	9.467	29.144	459.606	202.157	661.763
Prados naturales				18.361	168	18.529
Pastizales	664		664	145.740		145.740
B) TOTAL PRADOS Y PASTIZALES	664	0	664	164.101	168	164.269
SUPERFICIE AGRARIA ÚTIL (A+B)	20.341	9.467	29.808	623.707	202.325	826.032
Monte maderable	3.500		3.500	204.708	144	204.852
Monte abierto	3.221		3.221	71.922		71.922
Monte leñoso				121.057		121.057

C) TOTAL TERRENO FORESTAL	6.721	0	6.721	397.687	144	397.831
Erial y Pastos	2.786		2.786	52.183		52.183
Espartizal				12.116		12.116
Terreno improductivo	678		678	13.793		13.793
Superficie no agricola	2.184		2.184	30.859		30.859
Rios y lagos	256		256	16.094		16.094
D) TOTAL OTRAS SUPERFICIES	5.904		5.904	125.045		125.045
SUMA A + B + C + D	32.966	9.467	42.433	1.146.439	202.469	1.348.908
SUPERFICIE TOTAL			42.433			1.348.908
% (sup.SAU/sup. Total TM Jaén)			70,25%			61,24%
% (sup. Olivar/SAU)	72,89%	95,25%	79,99%	62,15%	90,54%	69,10%

Fuente: Formularios 1T. Delegación Provincial de Agricultura y Pesca de Jaén

Ilustración 3. Distribución de cultivos herbáceos SIGPAC2009 en el término municipal de Jaén

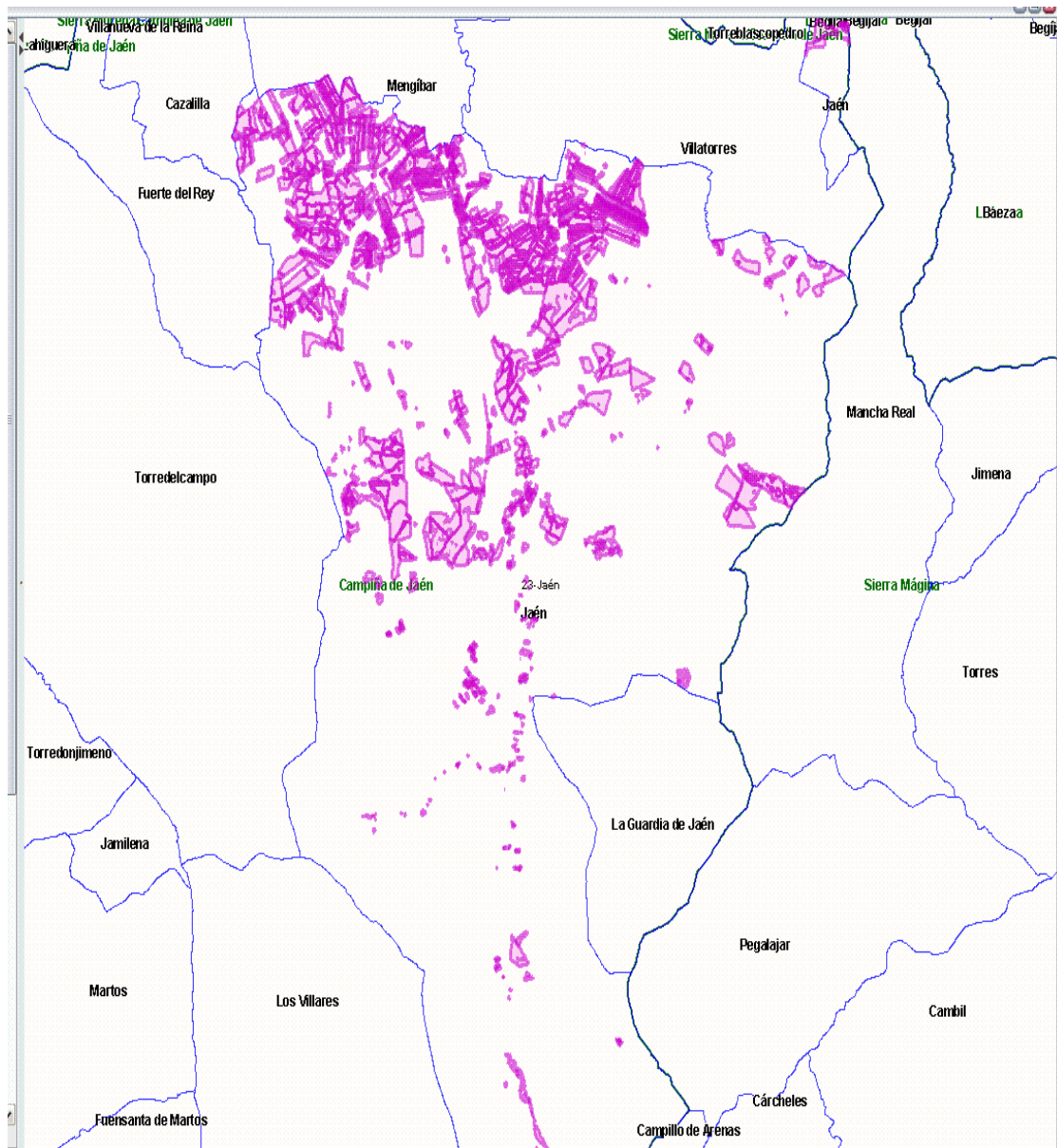


Ilustración 4. Determinación de zonas desfavorecidas en el término municipal de Jaén

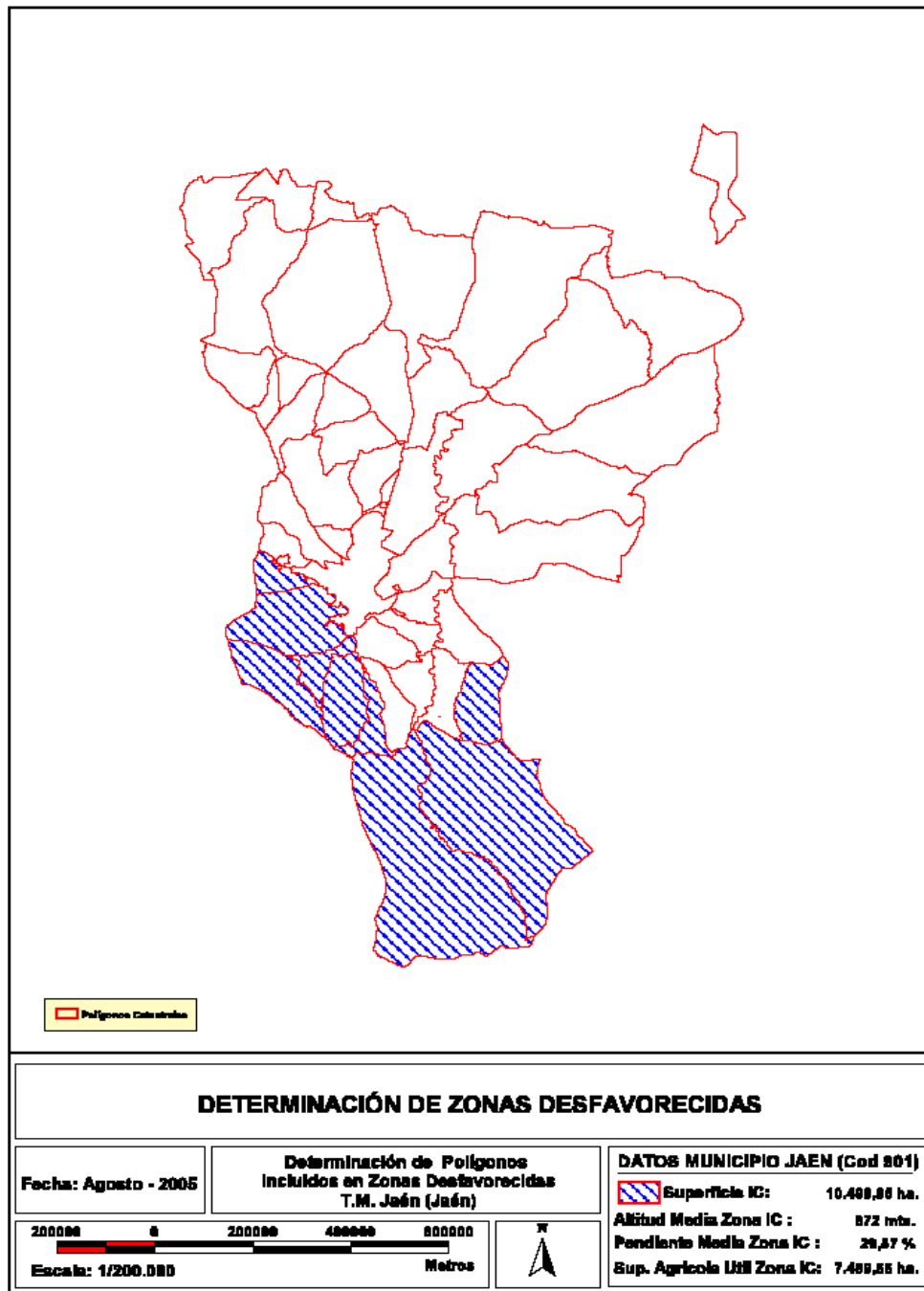


Tabla 21. Censos ganaderos

		Jaén provincia		Jaén capital		% Censo Jaén/Prov	% Explot Jaén/Prov
		CENSO	Nº Explotaciones	CENSO	Nº Explotaciones		
BOVINO	CARNE	12.414	236	253	3	44,98%	24%
	LECHE	6.717	41	3.021	10		
	LIDIA	22.352	80	11	1		
OVINO	CARNE	209.294	1379	2.644	24	9,03%	13%
	LECHE	5.234	10	-	0		
CAPRINO	CARNE	44.371	422	-	0	6,75%	2%
	LECHE	12.379	170	1.118	22		
PORCINO INTENSIVO	Nº REPRODUCTORES	23.600	146	1.592	3	10,09%	8,65%
	LECHONES	32.076		3.235		11,25%	
	CERDOS DE 20 A 30 KG.	56.745		6.385		8,65%	
	CERDOS>50 KG.	67.906		5.874			
PORCINO EXTENSIVO	Nº REPRODUCTORES	192	34	-	0		
	LECHONES	184		-			
	CERDOS DE 20 A 30 KG.	387		-			
	CERDOS>50 KG.	784		-			
EQUINO	CABALLAR	13.060	4352	725	199	5,55%	5%
	ASNAL	765		23		3,01%	
	MULAR	825		42		5,09%	
	BURDÉGANOS	2		-		0,00%	
AVES	GALLINAS PONEDORAS	94.675	15	7.000	1	7,39%	7%
	BROILERS	791.374	72	-	0		
	PAVOS	11.661	28	11	7		
	AVESTRUCES	73	4	-	0		
	CODORNICES	30.716	36	7	7		
	PERDICES	68.008	59	103	7		
COLMENAS	Nº COLMENAS FIJAS	3.337	294	151	18		
	Nº COMENAS MÓVILES	32.050		765			
CONEJOS	REPRODUCTORES	2.523	19	-	0		
	CEBO	1.573		-			

Fuente: Consejería de Agricultura y Pesca: SIGGAN a 31/12/2009

Tabla 22. Número de tractores

	JAÉN	PROVINCIA	ANDALUCÍA
Cadenas	266	5.282	28.784,00
Ruedas	821	21.794	129.317,00
total	1.087	27.076	158.101,00
SAU (ha)	29.808	826.032	4.812.201
Tractores/100 has	3,65	3,28	3,29

Fuente: Consejería de Agricultura y Pesca. Existencias de maquinaria a 31/12/2009

Tabla 23. Establecimientos y servicios plaguicidas

	Provincia	TM Jaén	%
ESTABLECIMIENTOS Y SERVICIOS PLAGUICIDAS	257	22	8,56%

Fuente: Consejería de Agricultura y Pesca. Delegación Provincial de Jaén

Tabla 24. Puntos de recogida de envases de fitosanitarios

	Provincia	TM Jaén	%
Puntos de recogida de envases de fitosanitarios	153	2	1,31%

Fuente: página web de SIGFITO. Consulta realizada el 12/02/2010.

Tabla 25. Distribución de las ayudas por pago único

Solicitantes SU	PAC 2006	PAC 2007	PAC 2008	PAC 2009
Solicitantes SU en la Provincia	110.017	108.138	107.108	106.484
Solicitantes SU - Residentes Provincia	97.064	95.247	94.241	93.479
Solicitantes SU - Residentes TM Jaén	5.851	5.672	5.725	5.717
% que representa sobre Total	5,32%	5,25%	5,35%	5,37%
% que representa sobre Provincia	6,03%	5,96%	6,07%	6,12%

Solicitantes SU que declaran OLI	PAC 2006	PAC 2007	PAC 2008	PAC 2009
Solicitantes SU - Declaran OLI en Provincia	107.156	105.906	104.935	104.300
Solicitantes SU - Declaran OLI TM Jaén	3.350	3.248	3.263	3.255
% que representa sobre Provincia	3,13%	3,07%	3,11%	3,12%

Superficie Total en SU	PAC 2006	PAC 2007	PAC 2008	PAC 2009
Total Ha Declaradas en Provincia	715.965,70	712.373,20	710.921,12	715.989,69
Total Ha Declaradas en TM Jaén	28.008,75	27.296,06	27.652,78	27.631,46
% que representa sobre Provincia	3,91%	3,83%	3,89%	3,86%

Superficie Olivar en SU	PAC 2006	PAC 2007	PAC 2008	PAC 2009
Total Ha Olivar Declaradas en Provincia	525.974,09	515.780,44	521.522,23	522.130,40
Total Ha Olivar Declaradas en TM Jaén	22.166,45	21.636,62	21.901,55	21.803,17
% que representa sobre Provincia	4,21%	4,19%	4,20%	4,18%

Importes PU (€)	PAC 2006	PAC 2007	PAC 2008	PAC 2009
Total Importe PU residentes en Provincia	333.980.626,70	324.638.630,40	323.395.251,97	320.858.631,03
Total Importe PU residentes en TM Jaén	25.878.636,89	29.205.941,54	29.190.428,20	28.595.540,81
% que representa sobre Provincia	7,75%	9,00%	9,03%	8,91%

SU: solicitud única

PU: pago único

Fuente: Consejería de Agricultura y Pesca. Delegación Provincial de Jaén

Anexo 2: Caracterización del olivar

Fuente: El Sector del Aceite de Oliva y la Aceituna de mesa en Andalucía (2008).
Consejería de Agricultura y Pesca.

Tabla 26. Distribución de la superficie de olivar según diferentes tamaños de explotación (2005)

	TOTAL Superficie (%)							
	Tamaño explotación (ha)							
	0,01 - 1,00	1,01 - 5,00	5,01 - 10,00	10,01 - 15,00	15,01 - 20,00	20,01 - 50,00	50,01 - 100,00	100,01+
Jaén	2,5%	14,6%	11,9%	8,7%	6,7%	21,9%	11,3%	22,4%
Provincia	4,7%	28,3%	17,5%	9,4%	6,1%	16,2%	8,8%	9,1%

Tabla 27. Porcentaje de explotaciones de olivar según diferentes tamaños de explotación (2005)

	TOTAL Nº explotaciones (%)							
	Tamaño explotación (ha)							
	0,01 - 1,00	1,01 - 5,00	5,01 - 10,00	10,01 - 15,00	15,01 - 20,00	20,01 - 50,00	50,01 - 100,00	100,01+
Jaén	31,8%	42,1%	11,7%	4,9%	2,7%	4,9%	1,1%	0,9%
Provincia	34,2%	48,2%	10,1%	3,1%	1,4%	2,2%	0,5%	0,2%

Tabla 28. Distribución de la superficie de olivar según diferentes intervalos de pendientes (2005)

	TOTAL Superficie (%)					
	Pdte (%)					
	0,01 - 8,00	8,01 - 10,00	10,01 - 15,00	15,01 - 20,00	20,01 - 25,00	25,01+
Jaén	12,4%	14,2%	42,8%	17,8%	5,6%	7,1%
Provincia	14,5%	11,1%	33,8%	17,7%	9,2%	13,7%

Tabla 29. Porcentaje de explotaciones según diferentes intervalos de pendientes (2005)

	TOTAL Nº explo (%)					
	Pdte (%)					
	0,01 - 8,00	8,01 - 10,00	10,01 - 15,00	15,01 - 20,00	20,01 - 25,00	25,01+
Jaén	20,0%	10,8%	25,3%	17,8%	10,3%	15,8%
Provincia	14,5%	8,6%	26,3%	18,3%	11,6%	20,6%

Tabla 30. Densidad media de plantación por explotación según destino de la producción (2005)

	Almazara	Mixta	Total
	Densidad (arb/ha)	Densidad (arb/ha)	Densidad (arb/ha)
Jaén	117,90	0,00	117,90
Provincia	115,59	353,08	115,83

Tabla 31. Superficies de secano y regadío (2005)

		SECANO	REGADÍO
TOTAL OLIVAR TM DE JAÉN 2005	24.055	15.258	8.797
		63,43%	36,57%
TOTAL OLIVAR TM DE JAÉN 2008	23.888	14.871	9.017
		62,25%	37,75%
TOTAL OLIVAR PROVINCIA 2005	562.948	417.846	145.102
		74,22%	25,78%
TOTAL OLIVAR PROVINCIA 2008	569.386	387.145	182.241
		67,99%	32,01%
ANDALUCÍA 2005	1.440.683	1.143.249	297.434
		79,35%	26,02%
ANDALUCÍA 2009	1.545.813	999.388	546.425
		64,70 %	35,30%

Tabla 32. Variedades de olivo

	DISTRIBUCIÓN DE LAS VARIEDADES DE OLIVO (2005)		
	Picual (%)	Picudo (%)	Arbequina (%)
Jaén	97,89	1,90	0,21
Provincia	98,72	0,46	0,52

Tabla 33. Número de pies por árbol, superficie (2005)

	TOTAL Superficie (%)			
	N_pies (arb/ha)			
	0,01 - 1,00	1,01 - 2,00	2,01 - 3,00	3,01+
Jaén	6,2%	64,6%	28,6%	0,6%
Provincia	7,4%	32,5%	57,0%	3,1%

Tabla 34. Número de pies por árbol, número de explotaciones (2005)

	TOTAL Nº explotaciones (%)			
	N_pies (arb/ha)			
	0,01 - 1,00	1,01 - 2,00	2,01 - 3,00	3,01+
Jaén	7,9%	73,5%	17,9%	0,7%
Provincia	9,4%	36,3%	51,6%	2,8%

Tabla 35. Porcentaje de superficies según rendimientos medios (media campañas 1999/00 a 2004/05)

	Superficie (%)				
	kg/ha				
	0 - 2000	2000 - 4000	4000 - 6000	6000 - 8000	> 8000
Jaén	31,9%	36,5%	21,5%	7,3%	2,9%
Provincia	27,7%	33,4%	23,9%	10,4%	4,6%

Tabla 36. Porcentaje de explotaciones según rendimientos medios productivos y destino de la producción (media campañas 1999/00 a 2004/05)

	Nº declaraciones (%)				
	kg/ha				
	0 - 2000	2000 - 4000	4000 - 6000	6000 - 8000	> 8000
Jaén	24,3%	30,5%	23,7%	12,3%	9,2%
Provincia	26,6%	30,5%	23,3%	12,0%	7,6%

Tabla 37. Rendimiento medio de las explotaciones en secano y regadío (media de las campañas 1999/00 a 2004/05)

	Rendimiento medio (kg/ha)	
	Secano	Regadío
Jaén	3.631	5.088
Provincia	3.788	5.056

Descripción global de las clases de olivar establecidas en función de criterios estructurales (2005) en el municipio de Jaén y en la provincia

Las variables estructurales que se seleccionan para clasificar las explotaciones, son las siguientes¹⁴:

- **Edad de la plantación**, distinguiendo si se trata de una plantación Adulta (A), aquellas sin olivar de nueva plantación, o se encuentra en Renovación (R), si posee un porcentaje de olivos renovados.
- **Régimen de cultivo**, comprobando si la plantación se maneja en Secano (S), sin ninguna superficie de riego, o en Regadío (R), si tiene toda o parte de la superficie en riego.
- **Densidad de plantación y número de pies por árbol**, variables que se integran para distinguir entre olivar tradicional (T), si existe más de un pie por árbol o una densidad de plantación inferior o igual a 140 olivos por hectárea, o intensivo (I), si existe un pie por árbol y una densidad de plantación superior a 140 olivos por hectárea.
- **La pendiente del terreno**, distinguiendo entre alta pendiente (A.P.), si ésta es igual o superior al 15%, o pendiente moderada (P.M.), si ésta es inferior al 15%.

¹⁴ “El Olivar andaluz”. Consejería de Agricultura y Pesca. 2003

Tabla 38. Definición clases de olivar en el término municipal de Jaén

DEFINICIÓN clases de olivar en el TM JAÉN	N_explo	% Explo.	Superficie (ha)	%Sup.	Tamaño_medio (ha)	Densidad_media (arb/ha)	% Nueva plantación
Adultas/secano/tradicional/alta pendiente	971	29,34%	3.966,65	16,83%	4,09	116,77	0,00
Adultas/secano/tradicional/pendiente moderada	951	28,74%	8.404,73	35,66%	8,84	102,93	0,00
Adultas/secano/intensivo/alta pendiente	45	1,36%	105,50	0,45%	2,34	181,78	0,00
Adultas/secano/intensivo/pendiente moderada	9	0,27%	146,18	0,62%	16,24	176,15	0,00
Adultas/regadío/tradicional/alta pendiente	418	12,63%	2.860,77	12,14%	6,84	123,31	0,00
Adultas/regadío/tradicional/pendiente moderada	857	25,90%	7.203,73	30,56%	8,41	122,74	0,00
Adultas/regadío/intensivo/alta pendiente	17	0,51%	171,75	0,73%	10,10	172,63	0,00
Adultas/regadío/intensivo/pendiente moderada	20	0,60%	261,80	1,11%	13,09	207,16	0,00
Renovación/secano/tradicional/alta pendiente	2	0,06%	48,49	0,21%	24,25	169,82	14,74
Renovación/secano/tradicional/pendiente moderada	9	0,27%	87,45	0,37%	9,72	104,42	20,57
Renovación/secano/intensivo/pendiente moderada	1	0,03%	10,59	0,04%	10,59	146,36	81,29
Renovación/regadío/tradicional/alta pendiente	1	0,03%	12,90	0,05%	12,90	122,48	13,16
Renovación/regadío/tradicional/pendiente moderada	7	0,21%	222,38	0,94%	31,77	363,61	31,08
Renovación/regadío/intensivo/pendiente moderada	1	0,03%	66,27	0,28%	66,27	477,88	86,62
	3.309,00	100,00%	23.569,19	100,00%			

Tabla 39. Definición clases de olivar en la provincia de Jaén

DEFINICIÓN clases de olivar en la PROVINCIA DE JAÉN	Definición	N_explo	% Explo.	Superficie (ha)	% Sup.	Tamaño_medio (ha)	Densidad_media (arb/ha)
Adultas/secano/tradicional/alta pendiente	ASTAP	50.469	37,60%	158.230	28,71%	3,14	115,77
Adultas/secano/tradicional/pendiente moderada	ASTPM	43.241	32,21%	176.363	32,00%	4,08	107,30
Adultas/secano/intensivo/alta pendiente	ASIAP	2.842	2,12%	5.043	0,91%	1,77	173,10
Adultas/secano/intensivo/pendiente moderada	ASIPM	586	0,44%	2.941	0,53%	5,02	184,54
Adultas/regadío/tradicional/alta pendiente	ARTAP	12.819	9,55%	51.632	9,37%	4,03	122,22
Adultas/regadío/tradicional/pendiente moderada	ARTPM	21.127	15,74%	128.265	23,27%	6,07	115,76
Adultas/regadío/intensivo/alta pendiente	ARIAP	892	0,66%	3.892	0,71%	4,36	173,99
Adultas/regadío/intensivo/pendiente moderada	ARIPM	600	0,45%	9.506	1,72%	15,84	220,97
Renovación/secano/tradicional/alta pendiente	RSTAP	559	0,42%	3.232	0,59%	5,78	129,56
Renovación/secano/tradicional/pendiente moderada	RSTPM	440	0,33%	4.000	0,73%	9,09	125,50
Renovación/secano/intensivo/alta pendiente	RSIAP	34	0,03%	178	0,03%	5,24	172,83
Renovación/secano/intensivo/pendiente moderada	RSIPM	25	0,02%	246	0,04%	9,84	189,59
Renovación/regadío/tradicional/alta pendiente	RRTAP	229	0,17%	1.355	0,25%	5,92	136,56
Renovación/regadío/tradicional/pendiente moderada	RRTPM	339	0,25%	4.589	0,83%	13,54	141,88
Renovación/regadío/intensivo/alta pendiente	RRIAP	9	0,01%	359	0,07%	39,94	173,45
Renovación/regadío/intensivo/pendiente moderada	RRIPM	32	0,02%	1.361	0,25%	42,54	230,33
		134.243	100,00%	551.192	100,00%		

Municipio de Jaén	densidad (oliv/ha)	Sup. olivar (has)*	olivos antes mayo 1998	olivos posteriores a mayo 1998: arranque/plantac.	olivos adicionales	total olivos
tradicional	1-140	17.950,45	1.803.619	454	7.244	1.811.317,00
intensivo	>140	5.291,25	881.653	483	77.171	959.307,00
superintensivo	>1000	43,97	24.354	0	40.003	64.357,00
total		23.285,67	2.709.626	937	124.418	2.834.981,00

* No se han considerado los recintos correspondientes a islas de olivar

% de olivos nuevos o de renovación* / total olivos

4,39

Superficie de olivar nuevo o de renovación

478,94 has

*Olivos nuevos o de renovación: plantados después del 1 de mayo de 1998

Fuente: SIGPAC 2009. Consejería de Agricultura y Pesca.

Anexo 3: Proyectos del Plan Estratégico de Turismo

Extraído de:

Francisco José Torres Ruiz (coordinador): *Plan de desarrollo turístico "ciudad de Jaén"*, Ayuntamiento de Jaén, Patronato municipal de cultura, turismo y fiestas. Concejalía de promoción económica y Turismo, 2010.

- Activación de la fundación "ciudad de Jaén"
- Recuperación de la piscifactoría y explotación comercial de la zona del Puente de la Sierra como zona de pesca de pesca trucha.
- Realización de un balneario-spa moderno, de alta calidad, centrado en la relajación y cuidado de la salud.
- Campo de golf de 27 hoyos (o 2 de 24).
- Dedicación del día 2 de julio de cada año a eventos relacionados con el dragón-lagarto de la Malena.
- Diseño y desarrollo de un stock de productos-utensilios-recuerdos con el lagarto-dragón de Jaén como símbolo de la ciudad.
- Análisis e implantación de un sistema de información de marketing para el sistema turístico de la ciudad.
- Programa de embellecimiento del casco antiguo.
- Tapa y cóctel del lagarto-dragón.
- Lagartización-draconización de la ciudad.
- Adecuación y puesta en valor de la "obra de Vandelvira".
- Adecuación y puesta en valor del "factor íbero".
- Incremento del valor simbólico del aceite de oliva virgen en Expoliva.
- El carnaval del lagarto.
- Oleoturismo-turismo natural.
- Almazara escaparate en la ciudad.
- Convenio de colaboración fundación ciudad de Jaén - Universidad.
- Análisis e inclusión de la ciudad en la Sección Española de Ciudades y Congresos.
- Creación de un centro de interpretación del aceite: recuperación de las almazaras romanas.
- Actividades relacionadas con los itinerarios del Plan de Turismo Cultural.
- Red coordinada de apoyo al turismo.
- Carteles de bienvenida.
- Plan-Activación de turismo natural.
- Día del aceite. Presentación oficial de los primeros aceites de campaña.
- Día de bienvenida de los alumnos extranjeros a la ciudad de Jaén.