

# INFORME SEMESTRAL

GUADALAJARA DTI LAB

NOVIEMBRE 2023



Guadalajara DTI LAB

INFORME 2023

Fecha de publicación: noviembre 2023

**EDITA:**

Universidad de Alcalá

Ayuntamiento de Guadalajara

**COORDINA:**

Ane Fernández López

**ELABORADO POR:**

Begoña Correas Olmedilla

Ane Fernández López

José María López Morales

Guadalajara DTI Lab es una iniciativa promovida por:



La Universidad de Alcalá y el Ayuntamiento de Guadalajara no se responsabilizan de la información y opiniones contenidas en esta publicación, siendo responsabilidad exclusiva de sus autores.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>1. Introducción</b>	<b>4</b>
<b>2. Oferta turística en la ciudad de Guadalajara</b>	<b>5</b>
2.1. Establecimientos y plazas hoteleras en la ciudad	5
2.2. Plazas extra hoteleras, incluyendo viviendas de alquiler turístico no declaradas	6
2.3. Evolución de la rentabilidad hotelera	7
2.4. Empresas de restauración	9
<b>3. Demanda turística en la ciudad de Guadalajara</b>	<b>10</b>
3.1. Visitas a recursos turísticos en la ciudad de Guadalajara	10
3.2. Tipologías de visitas guiadas en 2023	10
3.3. Atención a visitantes en la oficina municipal de turismo	11
3.4. Turismo internacional receptor	12
3.5. Turismo nacional receptor	13
<b>4. Medición de la capacidad de carga turística en la ciudad de Guadalajara</b>	<b>14</b>
<b>5. Interés turístico digital generado por el municipio de Guadalajara</b>	<b>17</b>

## 1. Introducción

Este nuevo informe, que forma parte de la iniciativa Guadalajara DTI LAB, con fecha noviembre de 2023 se presenta para dar cobertura a las actuaciones contempladas en el convenio de la Cátedra Guadalajara Destino Turístico Inteligente, firmado por el Excelentísimo Ayuntamiento de Guadalajara y la Universidad de Alcalá en 2021, siendo una de ellas la elaboración de un informe estadístico periódico, siguiendo las recomendaciones de Segittur para la consolidación del destino como DTI.

Con la presentación de este se avanza en el análisis que el DTI Lab ha llevado a cabo durante parte del año 2023. Así, la intención es que este informe se consolide como herramienta de trabajo para el diagnóstico y la toma de decisiones sobre la actividad turística de la ciudad de Guadalajara. El estudio conjunto de los numerosos datos estadísticos, correspondientes al presente año 2023 y a los anteriores, permite obtener una visión general del modelo y la coyuntura turística del municipio.

## 2. Oferta turística en la ciudad de Guadalajara

### 2.1. Establecimientos y plazas hoteleras en la ciudad

A continuación, se muestran dos tablas que hacen referencia a los distintos establecimientos y plazas hoteleras en la ciudad de Guadalajara para los años 2022 (Tabla 1) y 2023 (Tabla 2), lo que permite mostrar los cambios que han tenido lugar en el sector hotelero de la ciudad.

**Tabla 1: Establecimientos y plazas hoteleras en la ciudad de Guadalajara en el 2022**

Tipo Establecimiento	Categoría	Total habitaciones	Total plazas
Hoteles	4 estrellas	322	628
Hoteles	2 estrellas	197	358
Hoteles	1 estrella	49	86
Hostales y Pensiones	1 estrella	74	128
		<b>642</b>	<b>1200</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha*

**Tabla 2: Establecimientos y plazas hoteleras en la ciudad de Guadalajara en el 2023**

Tipo Establecimiento	Categoría	Total habitaciones	Total plazas
Hoteles	4 estrellas	322	727
Hoteles	3 estrellas	80	160
Hoteles	2 estrellas	113	190
Hoteles	1 estrella	49	86
Hostales y Pensiones	1 estrella	68	116
		<b>632</b>	<b>1279</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha*

El número de habitaciones entre 2022-23 se ha reducido un 1,6% y el de plazas disponibles ha aumentado un 6,6%. Estas variaciones en Guadalajara se deben a los siguientes motivos:

- El Hotel Pax ha ampliado su número total de plazas, de 115 a 214, permaneciendo el número total de habitaciones constante (60).
- La pensión Taracena ha finalizado su actividad, reduciendo la oferta de habitaciones y el total de plazas (6 y 12 respectivamente).
- El Hotel Iris ha elevado su categoría (de 2 a 3 estrellas) habiendo realizado una reducción en el número de habitaciones (de 84 a 80) y en el total de plazas (de 168 a 160).

Por último, mencionar el cambio de nombre en las estadísticas del hotel Guadalajara &

Conference Center Affiliated by Melia, antiguo Tryp Guadalajara.

## 2.2. Plazas extra hoteleras, incluyendo viviendas de alquiler turístico no declaradas

Tabla 3: Plazas extra hoteleras en la ciudad de Guadalajara en 2022-23

Tipología	Total de plazas 2022	Total de plazas 2023
Apartamento turístico	324	324
V.U.T declaradas	46	46
V.U.T no declaradas	135*	127**

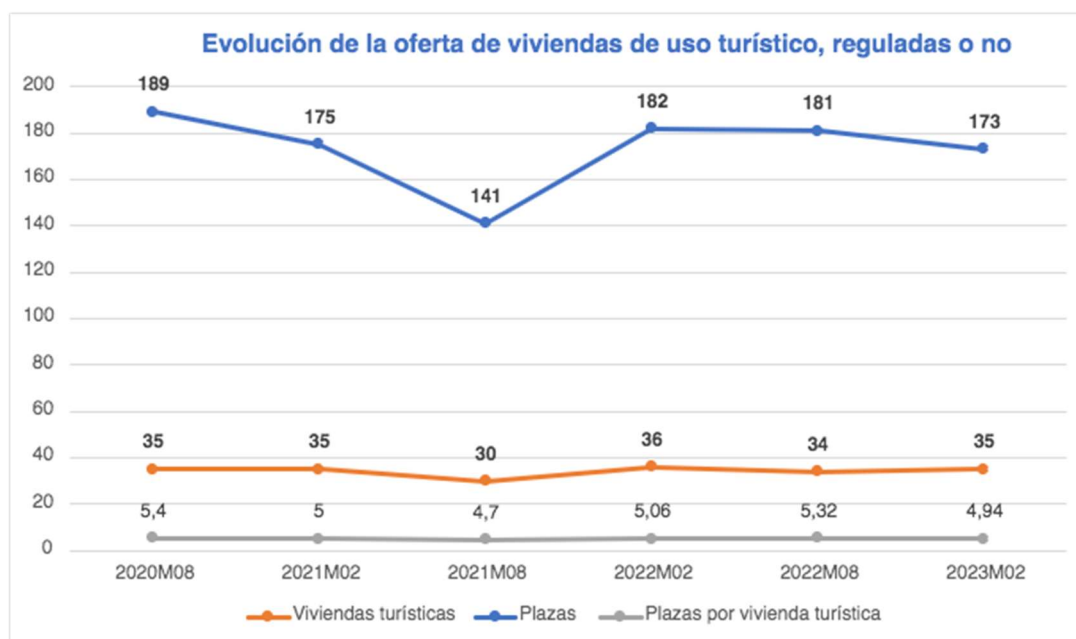
\* Estimación realizada a partir de los datos de V.U.T. declaradas y las V.U.T. disponibles en el webscrapping realizado por el INE en sus Estadísticas Experimentales con fecha 08/2022.

\*\*Estimación realizada a partir de los datos de V.U.T. declaradas y las V.U.T. disponibles en el webscrapping realizado por el INE en sus Estadísticas Experimentales con fecha 02/2023.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

Los datos de la Tabla 3 evidencian, que el número total de plazas extra hoteleras (apartamentos turísticos y viviendas de uso turístico (V.U.T) en Guadalajara ha permanecido constante con respecto a la información del primer y segundo semestre de 2022. En el caso de las V.U.T. no declaradas (estimadas a través de la Estadística Experimental de INE, como la diferencia entre las disponibles y las declaradas), ha existido una ligera disminución en el 2023.

Gráfico 1: Evolución semestral de la oferta de viviendas de uso turístico en la ciudad de Guadalajara (2020-2023)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

El Gráfico 1 presenta la evolución de las viviendas de uso turístico, reguladas o no, en la ciudad de Guadalajara desde agosto del 2020 hasta febrero del 2023. Durante este periodo, se aprecia una tendencia estable en el número de viviendas turísticas, sólo con una cierta reducción en el segundo semestre de 2021. Tampoco hay cambios relevantes en la cantidad de plazas existentes y de plazas por vivienda.

A pesar de la inexistencia, en la ciudad de Guadalajara, de una problemática ligada a la presión de estas viviendas de uso turístico sobre las de uso como vivienda habitual, se debe continuar con su monitorización con el fin de ofrecer soluciones eficaces, en el caso de que pudieran surgir problemas en un futuro, garantizando así el bienestar de turistas y residentes.

### **2.3. Evolución de la rentabilidad hotelera**

A continuación, se detalla la evolución de la rentabilidad hotelera en la ciudad de Guadalajara mediante el uso de 3 indicadores: ADR, Ocupación y RevPar.

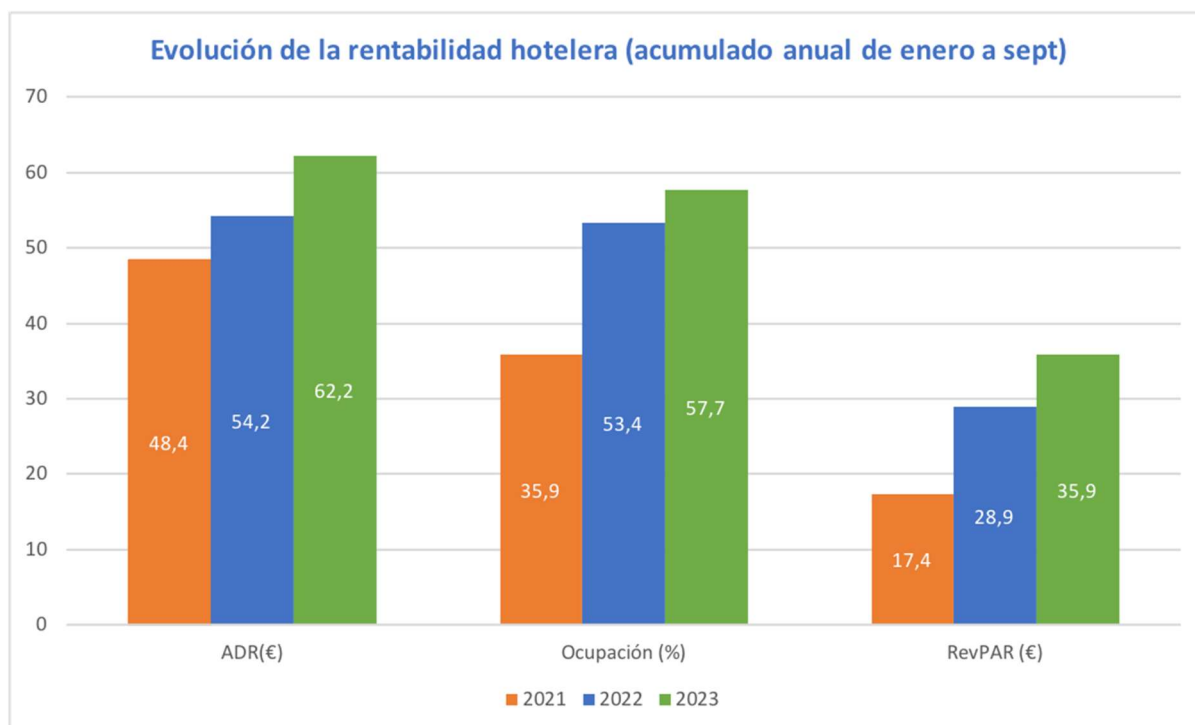
- ADR (*Average Daily Rate* o Tarifa Media Diaria) es un indicador clave utilizado en la industria hotelera para medir el precio promedio de una habitación vendida en un hotel en un período determinado, generalmente en un día.
- La Tasa de Ocupación (en porcentajes) es otra variable básica utilizada en la industria hotelera para estimar el desempeño de un hotel o alojamiento turístico. Se refiere a la proporción de habitaciones que están siendo utilizadas en un período concreto, en comparación con el total de habitaciones disponibles en el hotel.
- RevPAR (*Revenue Per Available Room*) es un indicador destacado utilizado en la industria hotelera para medir el ejercicio financiero de un hotel o alojamiento turístico. El RevPAR se calcula dividiendo los ingresos totales generados por todas las habitaciones disponibles en un período determinado respecto al número total de habitaciones disponibles.

Dichos indicadores se encuentran representados de dos maneras:

- Gráfico 2, donde se indica la rentabilidad acumulada anual desde enero a septiembre (ambos incluidos) de los años 2021,2022 y 2023.
- Gráfico 3, rentabilidad mensual desde junio a diciembre (ambos incluidos) de

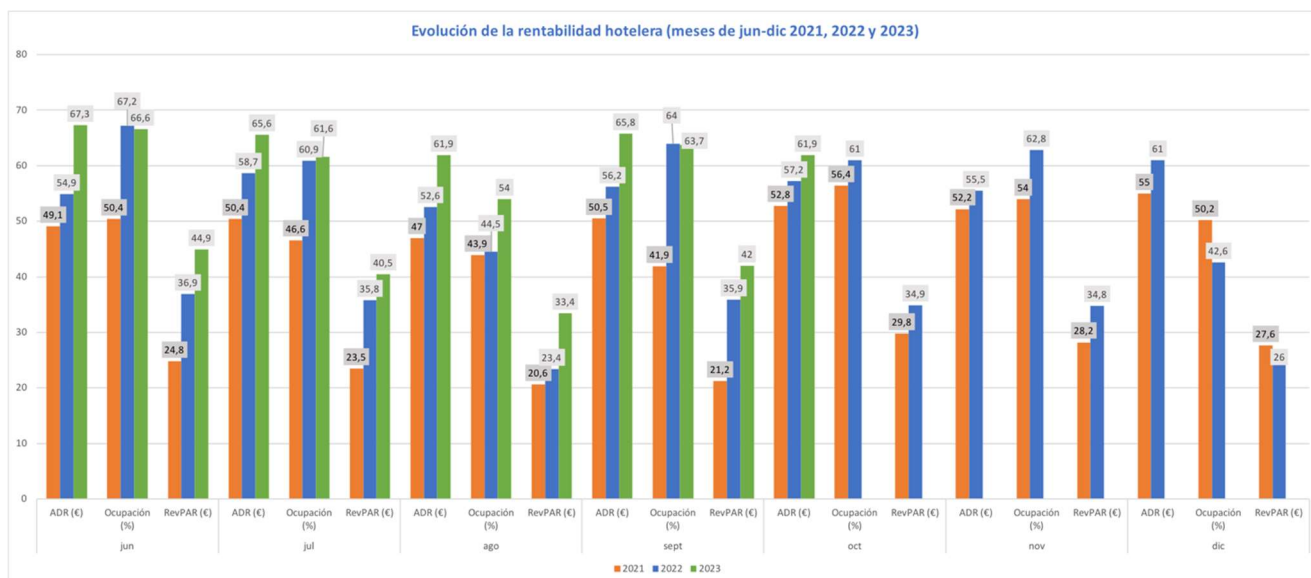
2021,2022 y 2023<sup>1</sup>.

**Gráfico 2: Evolución de la rentabilidad hotelera (acumulado anual de enero a septiembre 2021-23)**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Barómetro de Rentabilidad de Excetur.

**Gráfico 3: Evolución de la rentabilidad hotelera (desde junio a diciembre de 2021-23)**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Barómetro de Rentabilidad de Excetur.

Los datos correspondientes a los gráficos 2 y 3 indican los siguientes hechos:

<sup>1</sup> Los datos correspondientes a las rentabilidades mensuales desde enero a mayo (ambos incluidos) no se encuentran disponibles para consulta en el Barómetro de Rentabilidad de Excetur.



- Los tres indicadores mencionados han sufrido mejoras significativas en cada uno de los años estudiados. En concreto, en el último año (entre 2022 y el 2023) la subida ha sido del 12,0% en el ADR, del 7,5 en la Ocupación y del 19,5% en el RevPAR.
- El aumento del ADR, reflejado en el crecimiento de los precios promedio por habitación, sugiere la mejora en la percepción de la calidad del servicio o el incremento de la demanda hotelera.
- La tasa de Ocupación aumentó considerablemente en el 2022 habiéndose obtenido el mayor grado de ocupación en junio de 2022 (67,2%) coincidiendo con la celebración de la Feria del Deporte en la que participaron una treintena de clubes, asociaciones y empresas del sector.

#### 2.4. Empresas de restauración

A continuación, se muestra la evolución en el número de empresas de restauración (restaurantes, bares y cafeterías) de la ciudad de Guadalajara en 2022 y 2023 y su respectiva variación.

**Tabla 4: Empresas de restauración en la ciudad de Guadalajara en 2022-23**

Tipología	Total en 2022	Total en 2023	Variación 2023-2022
Restaurantes	109	336	208%
Bares	243	232	-5%
Cafeterías	37	41	11%

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.*

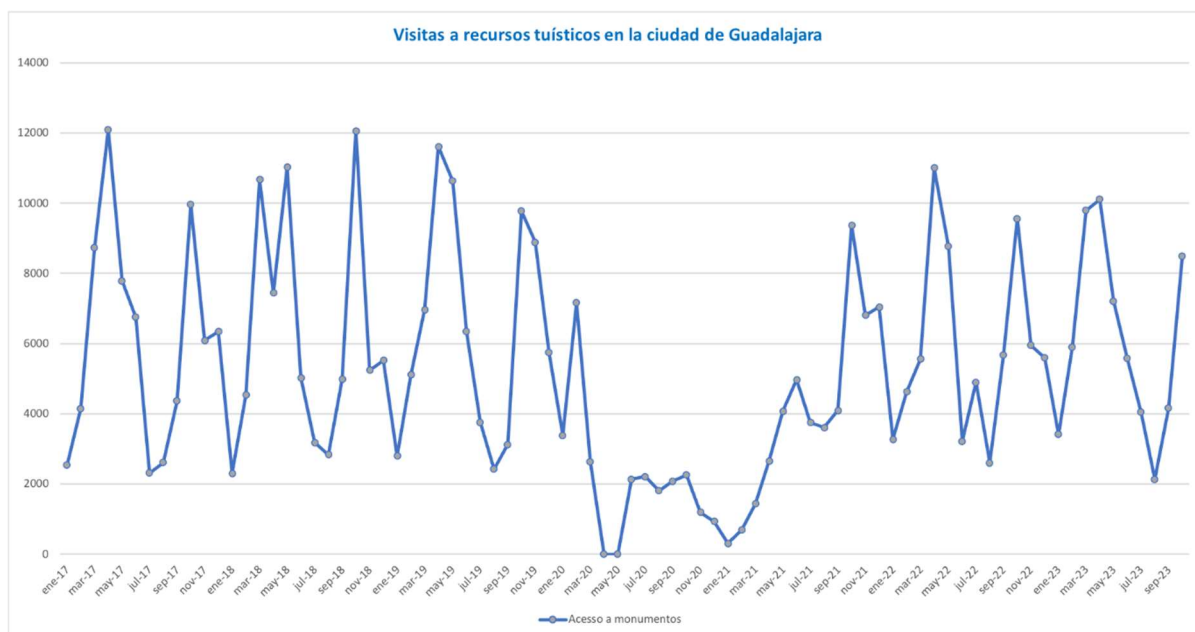
Los datos señalados señalan un incremento en el número de cafeterías y restaurantes en 2023 con respecto al pasado año, registrando este último tipo de establecimiento una variación exponencial de un 208%, lo que equivale a la apertura de 227 restaurantes.

Pese a estos buenos datos, se debe indicar la existencia del cierre de 11 bares, lo que equivale a una variación con respecto al año 2022 de un -5%.

### 3. Demanda turística en la ciudad de Guadalajara

#### 3.1. Visitas a recursos turísticos en la ciudad de Guadalajara

Gráfico 4: Visitas mensuales a recursos turísticos en la ciudad de Guadalajara (2017-2023)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Ayuntamiento de Guadalajara.

El Gráfico 4 expone las visitas realizadas a los principales recursos turísticos del municipio desde el 2017 hasta el 2023. El mayor número de visitas se suele concentrar en los meses de abril y octubre.

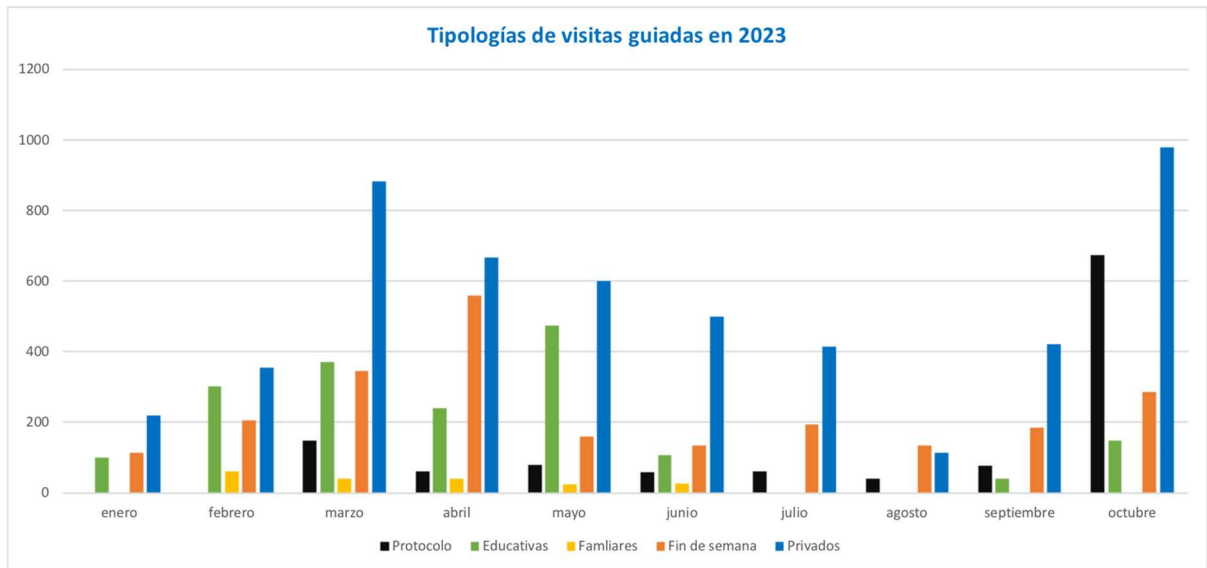
Los datos máximos corresponden al mes de abril de 2019 con 11.610 visitas, seguido de abril del 2022 con 11.009. En cambio, debido al confinamiento provocado por la crisis sanitaria no se permitió el acceso a los monumentos en los meses de abril y mayo de 2020, siendo estos los valores mínimos, hasta entonces nunca registrados.

Los datos más recientes muestran un aumento de las visitas en los meses de enero, febrero, marzo y junio de 2023 frente a los mismos datos del 2022, y una disminución con respecto al año anterior en abril, mayo, julio, agosto, septiembre y octubre.

#### 3.2. Tipologías de visitas guiadas en 2023

En la ciudad de Guadalajara se llevan a cabo distintas tipologías de visitas guiadas: protocolo, educativas, temáticas, familiares, de fin de semana y privadas.

**Gráfico 5: Tipologías de visitas guiadas mensuales en la ciudad de Guadalajara en 2023**

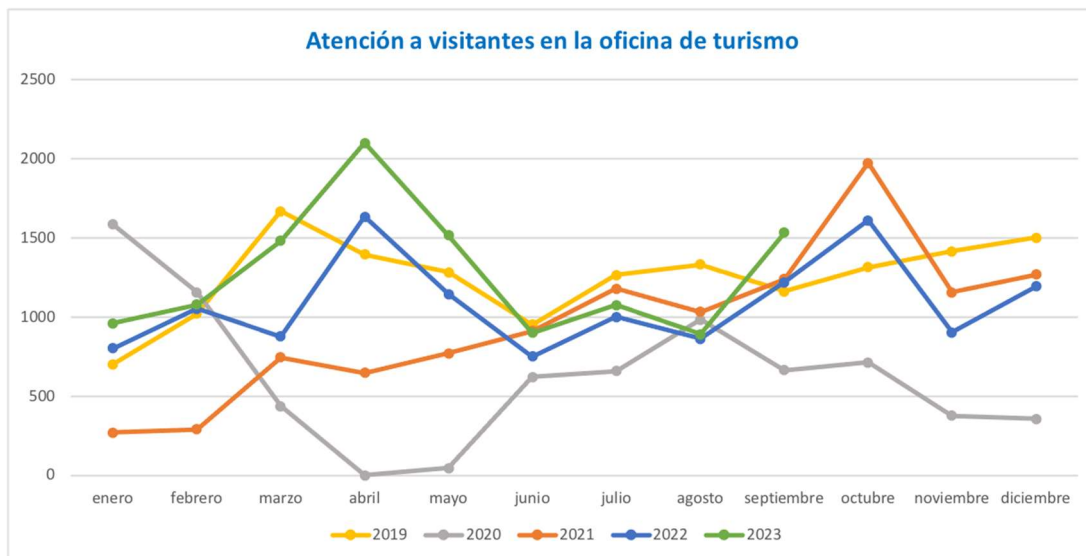


**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de Ayuntamiento de Guadalajara.

El Gráfico 5 hace referencia a las diversas tipologías ofertadas entre enero y octubre de 2023. Las visitas de fin de semana y privadas se realizaron durante todos los meses, siendo estas últimas las más solicitadas (5.154 visitas a lo largo del año), seguida de las de fin de semana (2.320), educativas (1.789), protocolo (1.201) y por último, las familiares (190).

### 3.3. Atención a visitantes en la oficina municipal de turismo

**Gráfico 6: Evolución mensual en la atención a visitantes en la oficina de turismo en la ciudad de Guadalajara (2019-23)**



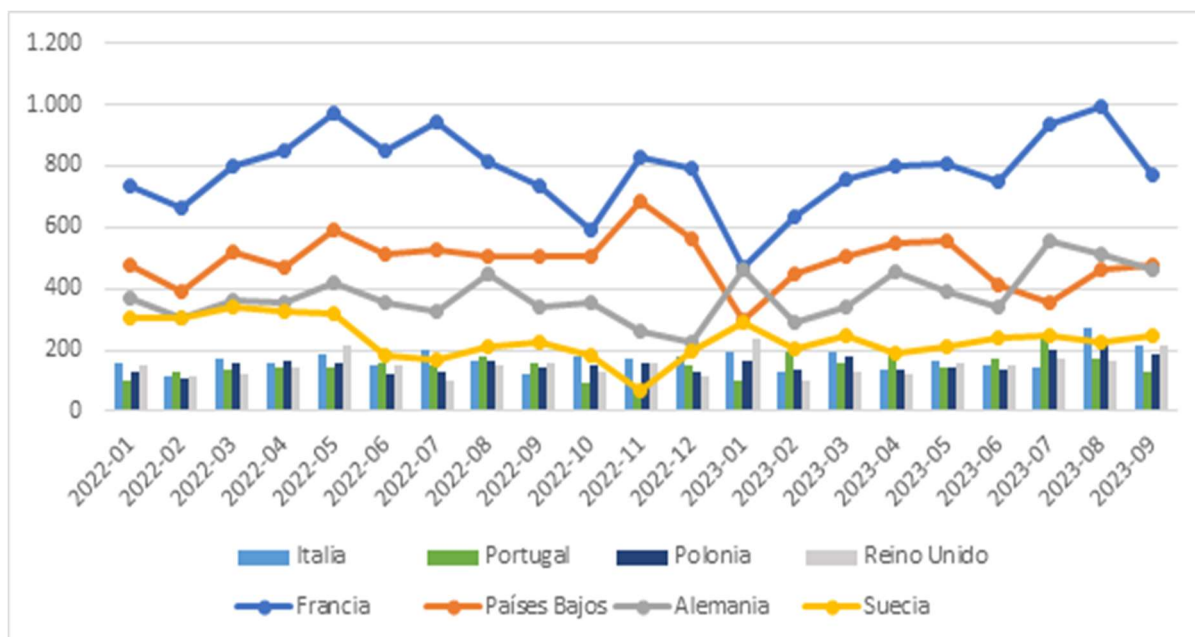
**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de Ayuntamiento de Guadalajara.

El Gráfico 6 representa el registro de la evolución en la atención a visitantes en la oficina municipal de turismo de Guadalajara desde 2019 hasta 2023, la cual es prestada de manera presencial, por vía telefónica y por correo electrónico.

El punto máximo fue durante el mes de abril del 2023 con 2.101 visitantes, cifra muy próxima al segundo mes con mayor afluencia, el cual corresponde al mes de octubre de 2021, con 1.972 visitas. Los datos referentes a 2023 mejoran los obtenidos en las mismas fechas de 2021 y 2022 pero, en determinados meses como marzo, julio o agosto, la atención prestada todavía se encuentra por debajo de los niveles prepandemia.

### 3.4. Turismo internacional receptor

**Gráfico 7: Evolución mensual de los turistas internacionales europeos con origen en los mercados más importantes para el municipio de Guadalajara (2022-23)**



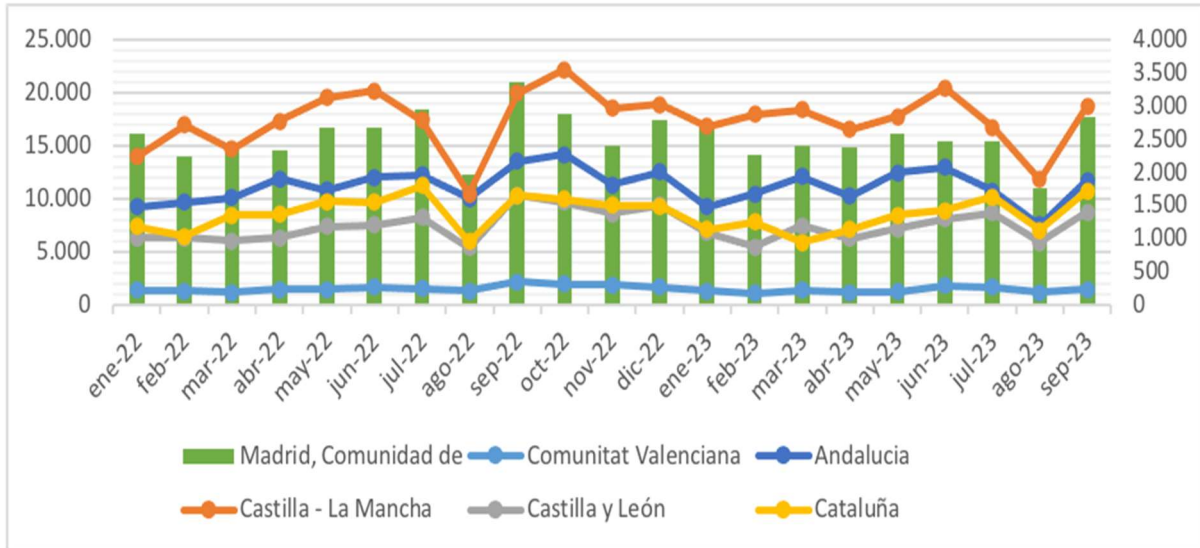
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

El Gráfico 7 muestra la evolución de los turistas internacionales con origen en los mercados más importantes para el municipio de Guadalajara con periodicidad mensual para 2022 y 2023. El volumen de visitantes más importante procede de Francia, seguido de los procedentes de Países Bajos, Reino Unido y Suecia.

Una información más detallada sobre las visitas turísticas internacionales en la ciudad de Guadalajara se ofrece disponible para su consulta en el Informe “Big Data en Turismo: llegadas nacionales e internaciones. Noviembre 2023” elaborado por Guadalajara DTI Lab.

### 3.5. Turismo nacional receptor

**Gráfico 8: Evolución mensual de los turistas nacionales con origen en las CCAA más importantes para el municipio de Guadalajara (2022-23)**



**Nota:** Los datos de los turistas procedentes de la Comunidad de Madrid vienen indicados en el eje vertical secundario a la derecha.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos del INE.

Por comunidades autónomas de España (CCAA) los principales visitantes que recibe la ciudad de Guadalajara procedente de la Comunidad de Madrid, seguidos de Castilla-La Mancha, Andalucía, Cataluña y Castilla y León.

Existe información más detallada sobre las visitas turísticas nacionales, su procedencia y tendencias más relevantes para la ciudad de Guadalajara disponible para su consulta en el Informe “Big Data en Turismo: Llegadas nacionales e internaciones. Noviembre 2023” elaborado por Guadalajara DTI Lab.

#### 4. Medición de la capacidad de carga turística en la ciudad de Guadalajara

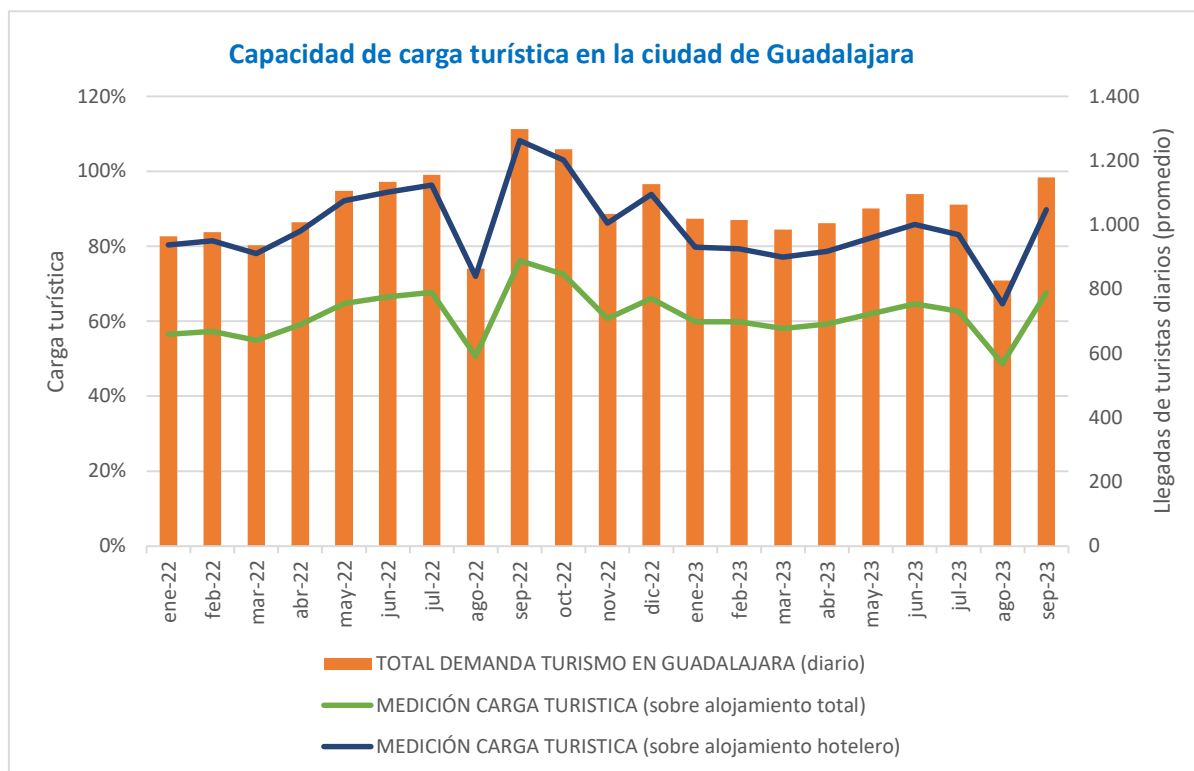
La metodología utilizada para medir la **capacidad de carga turística** en la ciudad de Guadalajara sigue el procedimiento de monitorización de la contribución económica del turismo en el municipio, que viene recogida en el Informe *“Medición del impacto económico del turismo en Guadalajara”*. Para poder estimar la presión humana máxima en el destino Guadalajara ciudad, es necesario conocer cuántos visitantes puede atraer el municipio antes de que exceda su capacidad de carga. Para ello se tiene en cuenta la capacidad de alojamiento de la oferta residencial y turística en todas las modalidades existentes en el destino, y disponer de información sobre la ocupación histórica y proyectada en cada modalidad de alojamiento. Para definir la presión humana máxima habría que considerar este número de visitantes esperados y definir una tasa (umbral) de ocupación máxima que sea adecuada para el destino.

Por tanto, para estimar la capacidad de carga turística del municipio de Guadalajara se emplearán los datos obtenidos sobre la oferta y demanda turística en la ciudad que vienen recogidos en este informe de coyuntura, en el que se han utilizado diferentes fuentes primarias y secundarias de datos turísticos.

Así, por un lado, la oferta turística de alojamiento en Guadalajara se obtiene agregando a la totalidad de plazas hoteleras existente, las de otros tipos de establecimientos en el municipio (apartamentos turísticos y viviendas de uso turístico (tanto declaradas como no declaradas)) (apartados 2.1. y 2.2. de este informe).

Por otro lado, el cálculo de la demanda turista se obtiene con los datos de las llegadas de turistas al municipio de Guadalajara, tanto de los turistas internacionales (turismo receptor) como de los turistas nacionales (turismo interno) (apartados 3.4 y 3.5 de este informe). Estos datos de entradas de turistas se han obtenido a través de las estadísticas experimentales del INE mediante la recopilación de una amplia información de los datos de teléfonos móviles de los turistas (véase el Informe *“Big Data en Turismo: llegadas nacionales e internaciones. Noviembre 2023”*).

**Gráfico 9: Capacidad de carga turística en la ciudad de Guadalajara (enero 2022 – septiembre 23)**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos del INE y la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

El Gráfico 9 muestra la información sobre el número de turistas diarios (promediados con los datos mensuales disponibles) que han visitado la ciudad de Guadalajara entre los meses de enero de 2022 a septiembre de 2023, así como la capacidad de carga turística, teniendo en cuenta la oferta de alojamiento total del municipio, y también considerando sólo la oferta de establecimientos hoteleros. Como turistas se consideran a todas las personas que realizan un viaje fuera del lugar de su residencia habitual, que implique una pernoctación fuera del mismo, con una duración inferior a un año.

Los resultados resaltan que el número de llegadas de turistas no ha variado en exceso entre el año 2022 y el 2023, con valores más elevados durante el mes de septiembre, y más reducidos en el de agosto. En cualquier caso, las visitas a la ciudad no muestran una elevada estacionalidad, lo que también se evidencia en las estimaciones de la capacidad de carga del municipio de Guadalajara. El umbral de capacidad de carga turística no ha superado en el periodo analizado el 80%, lo que indica el mantenimiento de un turismo sostenible en términos de capacidad de acogida de visitantes. De esta manera, la actual dotación de infraestructura de alojamientos, que incluso ha aumentado su número de plazas hoteleras en el último año, parece ser capaz de soportar una carga de llegadas de turistas con todavía

un margen adecuado. No obstante, si la política de incentivos a la llegada de turistas que está realizando la ciudad, con el impulso del proyecto Guadalajara DTI, aumentara las cifras de visitantes, sería aconsejable que la oferta de alojamientos creciera en los próximos años. Especialmente, cuando en la actualidad, si solamente se tiene en cuenta las plazas hoteleras disponibles, la capacidad de carga turística en algunos meses ha estado cercana o superado el umbral del 100% entre el diferencial de demanda y oferta turística.



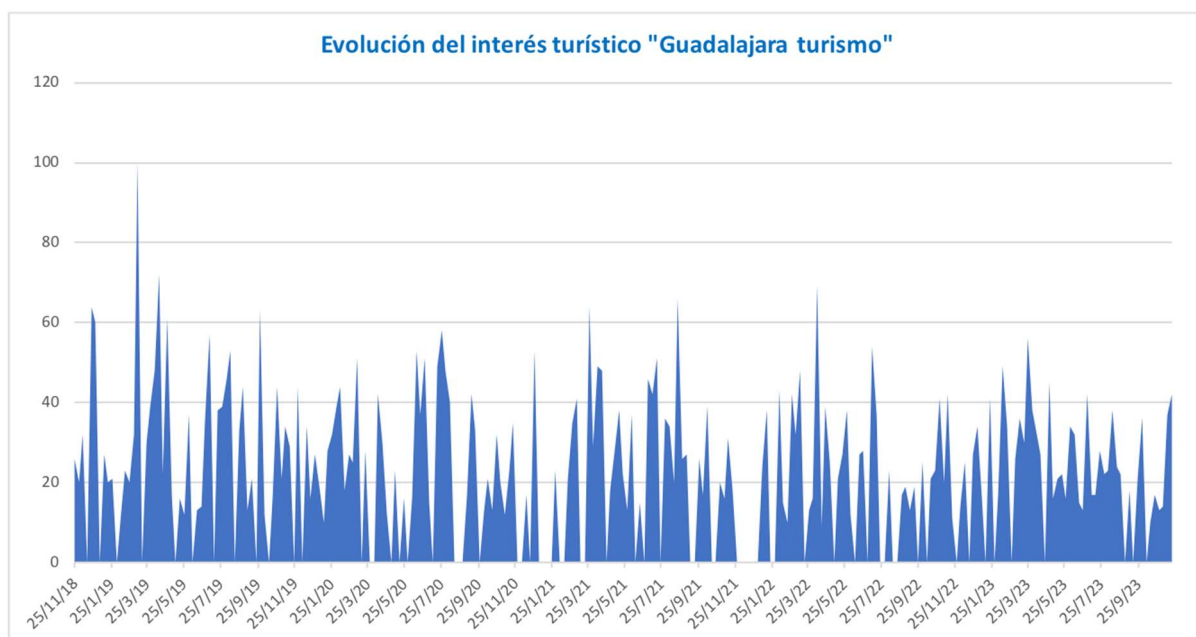
## 5. Interés turístico digital generado por el municipio de Guadalajara

El proceso llevado a cabo para analizar el interés turístico digital generado por el municipio de Guadalajara tiene como base la herramienta de uso libre y gratuito **Google Trends**. Esta permite analizar la popularidad y tendencia de términos de búsqueda a lo largo del tiempo (semanalmente). En este caso, el objetivo ha sido localizar el interés que los usuarios del buscador tienen por el turismo en la subregión de Guadalajara, delimitado a los últimos 5 años. Se han empleado dos terminologías diferentes para el análisis, mostradas como resultados distintos a continuación.

Se debe tener en cuenta que los datos obtenidos en **Google Trends** no reflejan el volumen absoluto de búsquedas, sino la popularidad relativa de los términos de búsqueda en un periodo de tiempo determinado. Por lo tanto, se ha utilizado como punto de referencia el pico de popularidad más alto registrado en la herramienta para establecer comparaciones con los demás puntos de datos.

La metodología seguida en el análisis ha sido rigurosa y sistemática, pero no por ello carente de limitaciones. Aun así, los resultados obtenidos son una valiosa fuente de información para entender las preferencias de búsqueda de los usuarios y para planificar futuras investigaciones en este campo.

**Gráfico 10: Evolución semanal del interés turístico "Guadalajara turismo"**



**Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Google Trends**

**Imagen 1: Interés por subzona de “Guadalajara turismo”**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de Google Trends

Los resultados de la búsqueda en Google Trends para el término “Guadalajara turismo”, acotados a España y a los últimos 5 años, muestran un incremento notable de interés en marzo y abril de 2019, que representa el pico de popularidad más alto registrado durante este período. A partir de esa fecha, la popularidad del término fluctuó de forma relativamente estable. En particular, se observa un aumento de la popularidad del término durante los meses de marzo y agosto de 2021 y abril de 2022. Las búsquedas de este término fueron en promedio superiores en el último año 2023 que en el 2022 (Gráfico 10).

En cuanto a la distribución geográfica de las búsquedas, se observa que la mayoría de las búsquedas proceden de la propia Comunidad Autónoma (Castilla-La Mancha), seguida de la Comunidad de Madrid.

**Gráfico 11: Evolución semanal del interés turístico “Qué ver en Guadalajara”**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de Google Trends

**Imagen 2: Interés por subzona de “Guadalajara turismo”**

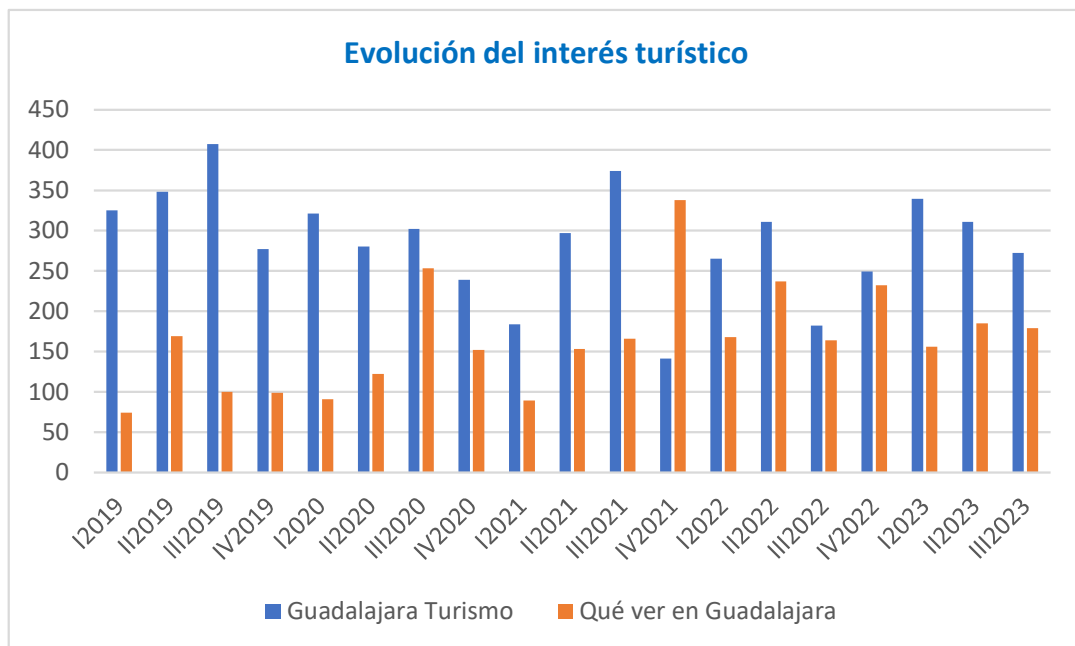


**Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Google Trends**

Por otro lado, también se ha acotado las observaciones del término “*qué ver en Guadalajara*” a España y a los últimos 5 años. En el Gráfico 11 se observa un pico de popularidad en diciembre de 2020, siendo el máximo en noviembre de 2021. En este término, las búsquedas fueron en promedio inferiores en el último año 2023 que en el 2022 (Gráfico 12). Por otro lado, los picos de popularidad de este término “*Qué ver en Guadalajara*” no coinciden, con los registrados en el otro término “*Guadalajara turismo*”.

En cuanto a la distribución geográfica de las búsquedas, se observa que todas proceden de la Comunidad de Madrid.

**Gráfico 12: Evolución trimestral del interés turístico y “Guadalajara turismo” y “Qué ver en Guadalajara”**



**Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Google Trends**