



4. IMPULSO Y CONTROL DE LA ACCIÓN DE GOBIERNO

463. Preguntas para respuesta escrita

PE/009786-03 *Contestación de la Junta de Castilla y León a la pregunta para respuesta escrita formulada por la Procuradora Dña. Natalia del Barrio Jiménez, relativa a promoción turística fuera de la Comunidad de Castilla y León, publicada en el Boletín Oficial de estas Cortes, n.º 460, de 14 de septiembre de 2018.*

PRESIDENCIA

De conformidad con el artículo 64 del Reglamento de las Cortes de Castilla y León, se ordena la publicación de las Contestaciones de la Junta de Castilla y León a las preguntas para respuesta escrita, PE/009389, PE/009776, PE/009781, PE/009784, PE/009786, PE/009797, PE/009807, PE/009813 a PE/009814, PE/009817 a PE/009819, PE/009824 a PE/009826, PE/009860, PE/009861, PE/009863, PE/009865 a PE/009868, PE/009871 a PE/009875, PE/009879 a PE/009891, PE/009894, PE/009895, PE/010005, PE/010010, PE/010012 a PE/010014, PE/010031, PE/010045, PE/010048 a PE/010056, PE/010071 a PE/010073, PE/010075, PE/010087, PE/010089, PE/010102, PE/010104, PE/010117, PE/010120 a PE/010123, PE/010125 a PE/010130, PE/010132, PE/010149, PE/010152, PE/010163, PE/010189, PE/010236, PE/010239, PE/010240, PE/010249, PE/010262, PE/010270, PE/010272, PE/010275, PE/010279, PE/010280, PE/010281, PE/010283 a PE/010286, PE/010291, PE/010293, PE/010295, PE/010297, PE/010299, PE/010316 a PE/010318, PE/010332, PE/010427, PE/010445 y PE/010479, publicadas en el Boletín Oficial de las Cortes de Castilla y León.

En la sede de las Cortes de Castilla y León, a 16 de noviembre de 2018.

P. D. EL SECRETARIO GENERAL-LETRADO MAYOR,
Fdo.: Carlos Ortega Santiago

Contestación a la Pregunta con respuesta Escrita P.E./0909786, formulada a la Junta de Castilla y León por la Procuradora Dña. Natalia del Barrio Jiménez, del Grupo Parlamentario Podemos Castilla y León, relativa a promoción turística fuera de la Comunidad de Castilla y León.

El desarrollo del sector turístico como uno de los motores económicos claves para Castilla y León, ha formado parte de las prioridades a la hora de diseñar las acciones planteadas para la promoción turística fuera de la Comunidad para este año 2018, tanto en el ámbito nacional como en el internacional. Para ello se han marcado como objetivos la comercialización de producto turístico y la promoción de destino en base a productos turísticos ajustados a la demanda con criterios de especialización.

Este objetivo general se desglosa en varios objetivos concretos:

- Adecuar la estrategia a los cambios estructurales del mercado turístico, primando el marketing online y las acciones dirigidas al cliente final pero manteniendo y rentabilizando al máximo la utilización de medios tradicionales.



- Posicionamiento internacional de Castilla y León como destino de referencia.
- Reforzar la promoción basada en la segmentación por productos, dirigida a públicos objetivos, en especial mediante nuevas acciones y canales de promoción alternativos a los tradicionales.
- Consolidar la estrategia de distribución online de la oferta turística, con el consenso e interlocución del sector privado.
- Reforzar la colaboración con otras administraciones turísticas (estatal, provincial o local), así como promover la cooperación público-privada en la realización de actividades de marketing, con el objeto de lograr máxima rentabilidad y evitar posibles duplicidades en la prestación de servicios.
- Insistir en la colaboración público-privada a través del desarrollo de vías de comunicación más transparentes y eficientes.

En este contexto, a la hora de definir los productos turísticos y su comercialización, se han tenido en cuenta los factores que se han considerado de mayor relevancia para la desestacionalización de la demanda, la presencia de los productos en todas las provincias y un mayor gasto turístico, y en base a ello se han seleccionado los siguientes:

- Bienes Patrimonio de la Humanidad.
- Ruta del Duero.
- Aprendizaje del Español.
- Camino de Santiago.
- Turismo cultural.
- Turismo religioso.
- Enoturismo.
- Turismo ornitológico.
- Turismo rural y de la naturaleza.
- Turismo de congresos.
- Turismo deportivo.
- Turismo gastronómico y micoturismo.

La planificación de la promoción turística para el año 2018 abarca, en el marco de actuación señalado, tanto las acciones de proyección internacional y nacional como las de ámbito regional o local.

Con estas premisas se define y desarrolla un programa de actividades y presencia de Castilla y León fuera de la Comunidad, planificación que en el caso de la ferias queda reflejada en el calendario de promoción y comercialización turística, disponible en el espacio para profesionales de la página web www.turismocastillayleon.com. En lo que se refiere a las campañas de promoción, son aprobadas mediante la correspondiente Resolución de la Comisión de Secretarios Generales por la que se aprueba la planificación en la que se recogen las previsiones de actuación en materia



de comunicación institucional, publicada en el Portal de Transparencia de la Junta de Castilla y León.

Así, las principales actuaciones desarrolladas en 2018 y programadas para lo que queda de año, correspondientes a este programa de promoción fuera de la Comunidad, son:

- Ferias nacionales, acciones oficiales y congresos sectoriales: son una forma eficaz de acercarse a un target profesional y no profesional con acciones orientadas al público final. En las ferias de turismo hemos presentado el destino de Castilla y León como un “todo”, con acciones especiales en aquellos productos más característicos.

Castilla y León está presente en las ferias de ámbito nacional más relevantes del sector, tanto en las generalistas de nuestros principales mercados de interés, en las que tiene una especial importancia la labor de apoyo a la comercialización del empresario regional, como en aquellas especializadas en productos turísticos, Fitur (Madrid), Navartur (Pamplona), Fio (Extremadura), BTravel (Barcelona), Expovacaciones (Bilbao), Madbird (Madrid), Gastronomía (Valencia), Ornitocyl (El Herradón), Naturcyl (Cervera de Pisuerga) e INTUR (Valladolid). Ferias que si bien se desarrollan en el territorio de la Comunidad, cuentan con participación y proyección nacional.

- Acciones comerciales: constituyen un apoyo a la comercialización turística para potenciar la labor profesional. Así, se han realizado jornadas comerciales con turoperadores en Madrid, Santander y Valencia.
- Acciones comerciales, Turismo MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions): corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de reuniones de negocio, congresos, convenciones y viajes de incentivo): se han realizado dos Acciones de Promoción de Turismo MICE, una en Barcelona y otra en Madrid.
- Ferias internacionales: durante el presente año se ha mantenido la política de presencia selectiva en aquellas ferias internacionales que tienen un mayor interés comercial y profesional a fin de reforzar la comercialización de la oferta turística de la Comunidad y el crecimiento en aquellos mercados con un mayor potencial, habiendo asistido a las siguientes:
 - Ferias en mercados consolidados, como estrategia de comercialización y difusión de la marca territorio: ITB (Berlín), FIT (Guarda), IFTM/Top Resa (París) y World Travel Market (Londres).
 - Ferias en mercados consolidados, en base a criterios de especialización: Birdfair (Rutland), Festival Bike (Santarém), IBTM (Barcelona) e IMEX (Frankfurt), especializadas en turismo MICE.
 - Asimismo hemos intensificado la presencia en los nuevos mercados de gran potencial donde aún no es tan conocida la oferta turística de la Comunidad siendo necesario profundizar en la acción de comercialización: Ferien Messe (Viena) y Feria ITB Asia (Singapur).



En el marco de estas ferias se han organizado además una serie de encuentros comerciales con operadores y empresarios para facilitar el conocimiento de la región y la potenciación de los contactos empresariales, contando para ello con la participación y colaboración del sector. Además, coincidiendo con la visita a estos mercados, se realizan presentaciones a prensa y público final de producto relevante por mercado en los Institutos Cervantes.

- Jornadas directas e inversas de apoyo a la comercialización: dentro del impulso a la profesionalización, se intensifica la colaboración con Turespaña en mercados de interés, asistiendo a jornadas directas e inversas con operadores y agentes de viajes:
 - Mercados consolidados: Workshop turismo MICE (París), Roadshow turismo general Italia (Roma, Florencia, Verona y Turín) y Jornadas inversas turismo cultural Reino Unido (Castilla y León).
 - Mercados especializados: Acción promocional y comercial en Nueva York y Workshop Día de España turismo general (Amberes y Holanda).
 - Nuevos mercados de gran potencial: Jornadas directas turismo general Polonia (Varsovia y Gdansk), Jornadas directas turismo cosmopolita Israel (Tel Aviv y Jerusalén), Jornadas inversas turismo cosmopolita y MICE India (España), Jornadas directas turismo cosmopolita Sudeste Asiático (Indonesia, Malasia y Tailandia) y Jornadas directas turismo cosmopolita Japón y Corea (Tokio, Osaka y Seúl).
- Mercados de contratación: jornadas entre compradores y vendedores organizadas en colaboración con Turespaña, que apoya en la convocatoria internacional, una vez se identifican los mercados, y los productos. Se presta especial atención a los mercados de gran potencial donde es necesario incrementar el conocimiento y la diferenciación de la Comunidad, sin abandonar los mercados especializados y los mercados consolidados. Así, se han programado los siguientes mercados de contratación, con sede en localidades de Castilla y León y con presencia nacional e internacional en cuanto a sus participantes: Mercado de contratación de turismo rural, activo y de naturaleza (Aguilar de Campoo) y Mercado de contratación de Servicios Turísticos, Eventos Culturales y Enogastronomía (Segovia).

De igual modo, cada año participamos en un workshop con compradores internacionales que se organiza con motivo de la celebración de la Feria FITUR.

- Viajes de familiarización: en colaboración con Turespaña y con las Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero se organizan una serie de viajes de familiarización con turoperadores y periodistas internacionales sobre productos y mercados identificados como relevantes para la Comunidad, con el objetivo de dar a conocer in situ los recursos y servicios turísticos que ofrece Castilla y León. De esta forma se incrementa el conocimiento y la visibilidad de la imagen de marca turística de Castilla y León, del destino y sus productos de una forma especializada, ya sea a través de la intermediación con periodistas u operadores turísticos.



En esta línea de acción se organizan viajes de familiarización dirigidos a distintos tipos de mercados, incidiendo en los nuevos mercados de gran potencial a fin de incrementar el conocimiento en éstos a través de los recursos diferenciales de la Comunidad, principalmente los Bienes Patrimonio Mundial, la enogastronomía y los eventos culturales con proyección internacional.

Para el año 2018 se han programado viajes dirigidos a turoperadores y agentes de viajes, centrados en la enogastronomía, la cultura y el turismo de naturaleza:

- Mercados consolidados:
 - Inglaterra –dos viajes–: con el turoperador Cosmos y con doce agentes especializados en turismo cultural.
 - Alemania, un viaje con doce agencias clientes del turoperador Gebeco.
- Mercado de gran potencial:
 - China, tres viajes con las Oficinas Españolas de Turismo de Pekín y Cantón.
 - Argentina, un viaje en colaboración con Paradores.
 - Países Escandinavos: un viaje con la agencia Noruega Plusstreiser.

Además se realizará un viaje con profesionales turísticos de varios países (multimercado) con motivo de la celebración de INTUR Negocios.

Asimismo, se han realizado viajes dirigidos a periodistas y medios de comunicación internacionales, centrados en la enogastronomía y la cultura, los eventos culturales, el Camino de Santiago y el turismo de naturaleza:

- Mercados consolidados:
 - Francia, con France TV.
 - Italia, con Trenta Editori
- Mercados especializados:
 - Bélgica, con TV RTBF.
 - Holanda -dos viajes-: con la Revista Zin y la radio Espanje.
 - ESTADOS UNIDOS -dos viajes-, periodista especializado con la Oficina Española de Turismo de Chicago y Canal MEGA TV con la Oficina Española de Turismo de Miami.
- Mercados de gran potencial:
 - Austria: varios medios Camino de Santiago
 - Finlandia: Edades del Hombre
 - México: con la radio Indie Rocks (Ribera del Duero-SONORAMA)
 - China: Grupo de la Oficina Española de Turismo de Cantón (Soria Gastronómica).
 - Singapur: TV Malasia.



Se ha realizado además un viaje multimercado del segmento turismo cosmopolita en el que han participado periodistas procedentes de Bélgica, Rusia, Polonia, Estados Unidos, China, India, Noruega, Suiza, Dinamarca, Japón, Holanda, Italia, Argentina, Uruguay, Chile y Suecia. Y otro viaje multimercado con presencia internacional con el objetivo de promocionar el Congreso Soria Gastronómica.

- Acciones dirigidas a público final: enfatizando la promoción online al tratarse de un medio de gran eficacia para posicionar los productos de la región en mercados internacionales dado el alto consumo de este tipo de medios por parte del viajero internacional. Por tanto, la promoción online aporta una gran afinidad y visibilidad, así como una gran rentabilidad por el bajo coste por impacto.

En colaboración con las Oficinas Españolas de Turismo estamos desarrollando promociones en diferentes mercados a través de acciones de promoción en redes sociales, ya sea concursos o campañas de difusión. De esta forma, se están realizando concursos en la página del Facebook internacional de Castilla y León y semanas temáticas en los siguientes mercados:

- Mercados especializados: Holanda.
- Nuevos mercados de gran potencial: Irlanda y Polonia.
- Campañas de promoción del destino Castilla y León y de los productos y actividades turísticas y culturales más destacadas: las distintas campañas que se están llevando a cabo con proyección nacional, la mayoría de ellas en el marco general del eslogan “Castilla y León. Tamaño Familiar”, transmiten una experiencia diferenciadora y a la vez coherente con el desarrollo de los productos prioritarios de Castilla y León, así como con los diversos eventos culturales y turísticos que se desarrollen a lo largo de este año 2018:
 - Campaña de las Ferias nacionales que se está desarrollando a lo largo del año, como la FITUR o EXPOVACACIONES.
 - Campaña de Semana Santa realizada con el eslogan “Semana Santa de Tamaño Familiar”.
 - Campaña de la Exposición “MONS DEI”, que se ha ejecutado una primera oleada en el mes de mayo coincidiendo con la inauguración, invitando a asistir a la exposición que se celebrará hasta el día 9 de diciembre en el municipio de Aguilar de Campoo.
 - Campaña FÁCYL, realizada bajo el slogan “Un viaje en el tiempo”.
 - Campaña Apertura de Monumentos en Castilla y León, ejecutada bajo la marca turística “Castilla y León, monumentos de Tamaño Familiar”.
 - Campaña Cir&Co, ejecutada bajo la marca turística “Castilla y León Tamaño Familiar”.
 - Campaña Museos Regionales de Castilla y León, que se ejecuta durante todo el año.



- Campaña de la Feria de Teatro de Ciudad Rodrigo.
 - Campaña de Turismo Rural, ejecutada con varias creatividades dentro de la imagen de marca turística “Castilla y León Tamaño Familiar”.
 - Campaña de Conmemoraciones promocionando conmemoraciones históricas y culturales de Castilla y León como el Año Jubilar Teresiano, VIII Centenario de la Catedral de Burgos o el 400 Aniversario de la Universidad de Salamanca.
- Proyecto Eurovelo: el proyecto Eurovelo 1 se encuentra englobado en el Eurovelo, una iniciativa de la Unión Europea cuyo objetivo es abrir una red europea de quince rutas ciclistas de larga distancia de más de 70.000 kilómetros que conecten todo el continente europeo en el año 2020.

El objetivo final del proyecto es la construcción conjunta de un destino de excelencia cicloturista, “Eurovelo 1”, a través del desarrollo, acondicionamiento y promoción de esta ruta. Un proyecto perdurable en el tiempo a través de la organización eficiente de sus veintidós miembros, entre ellos órganos gubernamentales, la University of Central Lancashire, asociaciones y empresas privadas, procedentes de seis países europeos –España, Portugal, Francia, Noruega, Irlanda e Inglaterra– y cinco Comunidades Autónomas –Castilla y León, La Rioja, Navarra, Extremadura y Andalucía–.

Respecto a la promoción, se ha realizado un tríptico que recoge una descripción de todo el itinerario a su paso por nuestra Comunidad en español e inglés, y que durante este año se ha difundido en todas las ferias nacionales e internacionales previstas en el calendario de promoción, incidiendo en ferias específicas como Festival Bike de Santarem.

Actualmente se está trabajando en el desarrollo de la página web a nivel nacional y proyecto Feder EuroVelo 1, y se prevé realizar en el presente año el informe del estado de la ruta, un trabajo de campo que analizará la infraestructura, servicios y promoción de la ruta en Castilla y León conforme a los estándares de EuroVelo 1 recogidos en el manual de inspectores de ruta.

- Turismo idiomático: se ha realizado un programa de promoción de la Comunidad de Castilla y León en el ámbito del turismo idiomático, en el que se incluyen las acciones que se detallan a continuación:
- Talleres dirigidos a profesorado de español para extranjeros de secundaria, organizados por la Consejería de Cultura y Turismo en colaboración con las Consejerías de Educación de las Embajadas de España en distintos países. Su objetivo es dotar al profesorado de español como lengua extranjera de herramientas y técnicas de enseñanza a la vez que se promociona Castilla y León como destino de aprendizaje de español para extranjeros. Esta promoción se realiza también a través de espacios en los que se informa de la oferta idiomática de la región. Se han realizado en las siguientes ciudades:
 - En Arnhem, en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Países Bajos, Bélgica y Luxemburgo.



- En Roma, en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Italia.
 - En Oslo, en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Noruega.
 - En Cantón, en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Pekín y la Oficina de Turismo en Cantón.
 - En Bruselas, en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo.
 - En Nápoles y Palermo, en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Italia.
 - En Milán, en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Italia.
 - En Gotemburgo, en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Suecia y la Asociación de Profesores de Español del Oeste de Suecia.
 - Seminarios en Londres, en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Reino Unido e Irlanda.
 - En Varsovia, organizados por la Consejería de Educación de la Embajada de España en Polonia.
- Viajes de familiarización en Castilla y León y sus correspondientes jornadas comerciales, para poner en contacto a la oferta (nuestras escuelas y universidades) con la demanda (las instituciones educativas).

A través de las jornadas se mantienen reuniones comerciales con el fin de cerrar acuerdos y aumentar el número de estudiantes de español que vienen a Castilla y León. Además, durante el viaje de familiarización, los representantes de las instituciones y agencias educativas pueden conocer de primera mano tanto la ciudad a la que enviarían a sus alumnos, como la escuela o universidad, todo ello a través de visitas técnicas a los centros inscritos en estas acciones promocionales. Se han realizado los siguientes:

- Viaje de Familiarización y Jornadas Comerciales Estados Unidos, organizado por la Consejería de Cultura y Turismo.
 - Viaje de Familiarización y Jornadas Comerciales Italia, organizado por esta Consejería en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Italia y el Instituto Castellano y Leonés de la Lengua.
 - Viaje de Familiarización y Jornadas Comerciales Emiratos Árabes y Oriente Medio, organizado por la Consejería de Cultura y Turismo en colaboración con el Instituto Castellano y Leonés de la Lengua.
- Post Primary Language Initiative, concurso de vídeos realizados por los estudiantes de español de secundaria irlandeses en el que se promociona Castilla y León en colaboración con la Consejería de Educación de la



Embajada de España en Reino Unido e Irlanda y la asociación Post Primary Language Initiative.

- Talleres organizados por la Independent Schools' Modern Languages Association, IMSLA, asociación de profesores de idiomas de escuelas de secundaria privadas de Reino Unido, dirigidos a profesores de español, como segunda lengua de todos los niveles. Se informa y presenta a los profesores de español acerca de Castilla y León como destino de aprendizaje de español para extranjeros. Se cuenta asimismo con un stand en la zona de exposición comercial en el que se distribuye material turístico y folletos de las escuelas y universidades de Castilla y León.
- Encuentro de profesores ELE UK, organizado por la Asociación de profesores de español de educación universitaria y de adultos de Reino Unido, dirigido a profesores de español, como segunda lengua de todos los niveles pero principalmente a profesores de universidades británicas y de formación de adultos. Se informa y presenta a los profesores de español inscritos la Comunidad de Castilla y León como destino de aprendizaje de español para extranjeros.
- Encuentro de profesores FIAPE en Castilla y León, organizado por la Consejería de Cultura y Turismo y la Federación Internacional de Asociaciones de Profesores de Español. Durante su estancia los presidentes de las Asociaciones de Profesores de Español de 20 países conocen Castilla y León como destino idiomático.
- Concurso de redacción de estudiantes de español de Estados Unidos, organizado en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Estados Unidos y dirigido a estudiantes universitarios, en el que se promociona Castilla y León a través de la realización de este certamen.
- Festival de Cultura en Español, organizado por la Consejería de Educación de la Embajada de España en Noruega, se promociona la oferta idiomática de Castilla y León en la zona expositiva del festival.

Asimismo, para el presente año están previstas las siguientes acciones:

- Presentación de la oferta idiomática de Castilla y León, organizada por la Consejería de Cultura y Turismo en colaboración con el centro de formación de idiomas de universitarios y personas adultas de Lovaina, Centrum voor Levende Talen, CLT.
- Talleres y seminarios para profesores de español, para el nivel de secundaria:
 - En Glasgow y Edimburgo, en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Reino Unido e Irlanda.
 - En Berlín, para extranjeros de secundaria y universitarios, en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Alemania.
 - En Coventry, en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Reino Unido e Irlanda.



- En París, en colaboración con la Consejería de Educación de la Embajada de España en Francia y el Festival Don Quijote de París.
- Viaje de Familiarización y Jornadas Comerciales en Castilla y León con Australia, Nueva Zelanda, Filipinas y Singapur.
- Encuentro Internacional de Centros de Enseñanza de Español, ECELE, en Castilla y León, organizado por la Federación Española de Escuelas de Español para extranjeros, FEDELE. Se trata de un encuentro de profesores de español de treinta y cinco países y escuelas de español en el que se promociona Castilla y León como destino idiomático.
- Concursos de Mejor Estudiante de Español de Reino Unido, Polonia y Austria, en colaboración con las respectivas Consejerías de Educación, en los que se promociona la oferta idiomática de Castilla y León.

En lo que se refiere al importe destinado a la promoción turística global de la Comunidad, dado el volumen de las actividades y la dinámica de continua ejecución, resulta más ajustado referirnos a las cantidades que para el año 2018 están presupuestadas, y que son las siguientes:

- Promoción y comercialización: 4.467.260 €.
- Internacionalización: 949.250 €
- Ferias nacionales: 1.020.000 €.
- Jornadas comerciales: 32.000 €.
- Acciones de promoción específicas: 32.000 €.

Valladolid, 5 de noviembre de 2018.

Fdo.: María Josefa García Cirac.
Consejera.