



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado en Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**EL INGLÉS COMO LENGUA VEHICULAR PARA LA
PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL PROYECTO
*JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL***

Presentado por

Mónica Fraile de la Paz

Tutelado por

M. del Carmen Garrido Hornos

Segovia, 2016

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, mi sincero agradecimiento a mi tutora, Mamen Garrido, por creer en este proyecto desde el primer día y por la confianza que ha depositado en mí. También por toda su dedicación, ayuda y apoyo durante estos meses de trabajo.

A Ángel y Marisa, mis padres, y a Miguel, mi hermano, por todo su cariño y apoyo incondicional en estos cuatro años.

Y, por último, a mis seres queridos, que siempre han estado ahí, en las buenas y en las malas.

*Nadie adquiere una visión amplia, saludable y generosa
si se queda en una esquina de la tierra toda su vida.*

(Mark Twain, escritor y orador estadounidense)

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
-------------------	---

CAPÍTULO 1 EL INGLÉS Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

1.1. El turismo en el marco global.....	15
1.1.1. Concepto, características y unidades básicas del turismo.....	15
1.1.2. El turismo de masas mundial.....	16
1.1.3. El turismo en la actualidad.....	17
1.2. La importancia del inglés en el mundo como lengua vehicular.....	18
1.3. La promoción turística.....	20
1.4. El turismo, el inglés y la promoción turística.....	21

CAPÍTULO 2 EL GRADO EN TURISMO DE ESPAÑA Y LA RELACIÓN DE LENGUAS

2.1. El grado en turismo en la universidad española.....	25
2.2. Los idiomas impartidos en el grado en turismo.....	27
2.3. Las competencias del grado en turismo.....	29
2.4. La movilidad y los programas de movilidad universitaria.....	31
2.4.1. Motivos de la movilidad.....	32
2.4.2. Destinos elegidos por los españoles para realizar una movilidad.....	34

CAPÍTULO 3 LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO TURÍSTICO Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

3.1. El artículo 83.- Contratos de Investigación.....	39
3.2. El Ayuntamiento de Segovia y la Concejalía de Turismo.....	39
3.2.1. La Concejalía de Patrimonio Histórico y Turismo.....	40
3.3. La Empresa Municipal de Turismo (EMT).....	42
3.3.1. Objetivos y organigrama.....	42
3.3.2. Medios de comunicación comercial utilizados por la empresa.....	43
3.3.3. Áreas de negocio de la Empresa Municipal de Turismo (EMT).....	45
3.3.4. Comportamiento y perfil del visitante.....	46
3.3.5. Estadísticas.....	47
3.3.6. Proyectos.....	49

CAPÍTULO 4 EL PROGRAMA *JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL*: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA *EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA*

4.1. Grecia.....	57
4.1.1. Política y Economía.....	57

4.1.2. Turismo en Grecia.....	61
4.2. Tesalónica.....	63
4.3. Jóvenes Embajadores de Segovia en Grecia.....	63
4.3.1. Desarrollo de la Embajada: funciones y actividades.....	66
4.3.2. El blog: www.jovenesembajadoresdesegovia.wordpress.com	68
4.4. Conclusiones del proyecto.....	75
CONCLUSIONES.....	77
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
ANEXOS.....	87

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Nadie duda hoy en día de que el inglés es uno de los idiomas más estudiados a nivel global no solo porque es una de las lenguas más habladas del planeta, sino también —y fundamentalmente— porque es considerada *lingua franca*, un vehículo lingüístico de comunicación intercultural y una herramienta básica para los negocios.

Nuestra titulación, Grado en Turismo, no puede entenderse sin el estudio de idiomas. Es más: una de las competencias básicas de la titulación está relacionada con la adquisición de un nivel considerable en lenguas extranjeras. De entre ellas, el inglés figura como lengua de obligados matrícula y curso en todas las universidades que imparten el título. Se requerirá también el estudio de una segunda lengua extranjera, que podrá ser diferente en función de las universidades. La Universidad de Valladolid, por su parte, ofrece francés y alemán como idiomas complementarios en su Grado en Turismo.

Pero centrándonos en nuestro objeto de estudio, que no es otro que la lengua inglesa, hemos de reconocer que muchas veces el conocimiento de un idioma extranjero no tiene por qué basarse en el manejo a nivel experto de unos contenidos gramaticales, sino más bien en disponer de esta competencia de la que acabamos de referirnos para saber desenvolvernó en otros ámbitos donde la oralidad es la auténtica protagonista.

El presente Trabajo de Fin de Grado puede dividirse en tres grandes secciones estrechamente interrelacionadas: primero, el uso del inglés para el estudiante del Grado en Turismo y su puesta en práctica a través de los programas de movilidad *Erasmus+*; la segunda vertiente entroncaría esta oportunidad de estudio internacional que ofrece la Universidad de Valladolid con su extensión a empresas o administraciones y, más concretamente, con la Empresa de Turismo del Ayuntamiento de Segovia. Finalmente, la tercera dimensión constituiría el auténtico núcleo de nuestro estudio: la experiencia vivida en primera persona como protagonista del programa *Jóvenes Embajadores del Patrimonio Mundial*, un programa lanzado y financiado por la empresa que acabamos de mencionar.

El Capítulo 1, titulado “El inglés y la promoción turística” analiza el turismo como fenómeno de masas, es decir, el movimiento de las personas de todo el mundo a un lugar fuera de su residencia habitual con fines de ocio o negocios. Justificamos en este apartado de nuestro estudio el concepto de promoción turística, paso esencial para que se lleven a cabo acciones en los diferentes destinos turísticos y poder diseñar un

INTRODUCCIÓN

plan de marketing turístico con la intención de analizar su oferta real; esto hará que los futuros turistas decidan entre un destino turístico u otro. En estas actividades de promoción es necesario emplear un idioma común a toda persona implicada en el proceso, una lengua que pueda dar a entender de forma diáfana qué ofrecen los diversos destinos turísticos. Aquí, sin duda, destaca el inglés.

El Capítulo 2, “El Grado en Turismo en España y la Relación de Lenguas” analiza las diferentes universidades de España que ofertan el Grado en Turismo y los idiomas tanto obligatorios como complementarios que imparte cada una de las diferentes universidades. Ya en el marco del ámbito universitario, se estudia también la importancia de la movilidad en el extranjero para los estudiantes. Desde 1987, se ofrecen becas de estudio en el contexto internacional para los alumnos de estudios superiores, siendo la más famosa la relativa a la convocatoria *Erasmus+*. Es de gran interés que los alumnos que cursan el Grado en Turismo soliciten una beca de movilidad en uno de los cuatro cursos académicos del grado, ya que para los estudiantes del mismo, estudiar un año en el extranjero a través de una beca de movilidad les beneficiará a nivel de idiomas: pues mejorarán y desarrollarán sus destrezas para poder comunicarse con otras personas de diferentes países. Además, esta beca de movilidad podría considerarse una práctica de arranque y ensayo para lo que podría consistir su futuro, ya que la mayoría de los ámbitos profesionales del turismo exige hoy día manejar —como mínimo— dos lenguas extranjeras.

Las *Ayudas para la Movilidad Internacional Erasmus+* son interesantes a nivel profesional y personal, ya que enriquecerán al estudiante y le harán desarrollar ciertas destrezas profesionales, académicas y personales. La convivencia con otros estudiantes *Erasmus* de diferentes partes de Europa o del mundo favorecerá que el alumno beneficiario adquiera un conocimiento general de las diferentes culturas y tradiciones. Por otra parte, la comunicación entre estudiantes de diversas nacionalidades habrá de ser, obligatoriamente, a través de una lengua vehicular, muy probablemente, el inglés.

El Capítulo 3, “La Universidad de Valladolid y la Concejalía de Turismo de Segovia: Programas de fomento turístico y acuerdos de colaboración” establece las bases necesarias para poder entender el epicentro de este trabajo. Para ello, se ha incluido una breve descripción y explicación del Ayuntamiento de Segovia como institución, de sus funciones y tareas y de sus diferentes Concejalías.

INTRODUCCIÓN

nuestro trabajo es la Concejalía de Patrimonio Histórico y Turismo, responsable, como hemos dicho, del proyecto que es motivo de nuestro estudio. Se trataba del programa de la Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial (OCPM) *Jóvenes Embajadores del Patrimonio Mundial* —en este caso, Segovia—, un proyecto dirigido a los jóvenes beneficiarios de una beca de movilidad. Tras un tiempo de solicitud y de selección, el primer lugar donde se desarrollaría este proyecto sería en la ciudad de Tesalónica, Grecia.

En el Capítulo 4, “El Programa *Jóvenes Embajadores del Patrimonio Mundial: Tesalónica*. Datos en primera persona de una *Embajada* Promocional de Segovia” se desarrollan las actividades y funciones realizadas por la *Joven Embajadora* en su destino de *Embajada*, como ya hemos adelantado, Tesalónica. *Grosso modo*, se detallaron en aquellos días los objetivos del proyecto, haciendo especial hincapié en las oportunidades que Segovia brinda a nivel cultural y académico con el fin de que estudiantes griegos pudieran viajar y conocer nuestro patrimonio, aprender sobre él y, cómo no, mejorar el español en cursos que se ofrecen desde la Empresa Municipal de Turismo. Por otro lado, la comunicación entre la *Joven Embajadora* y las instituciones griegas correspondientes fue a través de la lengua vehicular que justifica este trabajo en el área de conocimiento asignada: el inglés.

Los profesionales de la Empresa Municipal de Turismo y docentes del Campus *María Zambrano* confían en que este proyecto pueda seguir llevándose a cabo y siga manteniendo el interés y la ilusión de los próximos estudiantes *Erasmus+*, que, en labores similares a las realizadas por nosotros, promocionen en sus respectivos destinos la ciudad declarada *Patrimonio de la Humanidad* y, así, darla a conocer en todo el mundo.

Para comodidad del lector hemos decidido incluir algunas referencias bibliográficas en notas a pie de página por tratarse de enlaces web. Aun así todas las entradas electrónicas pueden encontrarse en el listado de referencias de este Trabajo de Fin de Grado.

CAPÍTULO 1

EL INGLÉS Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

CAPÍTULO 1.- EL INGLÉS Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

1.1. EL TURISMO EN EL MARCO GLOBAL

1.1.1. CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y UNIDADES BÁSICAS DEL TURISMO

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT): “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios”¹.

Por eso, consideremos las características fundamentales del Turismo las siguientes:

- Duración del viaje limitada, inferior a un año.
- Comprende todas las actividades durante el desplazamiento y durante el destino.
- Todos los viajes tienen una motivación.

Una vez definido el término turismo y desarrolladas sus características, o podemos olvidarnos de los conceptos básicos que van de su mano, o, en otras palabras, de sus unidades básicas.

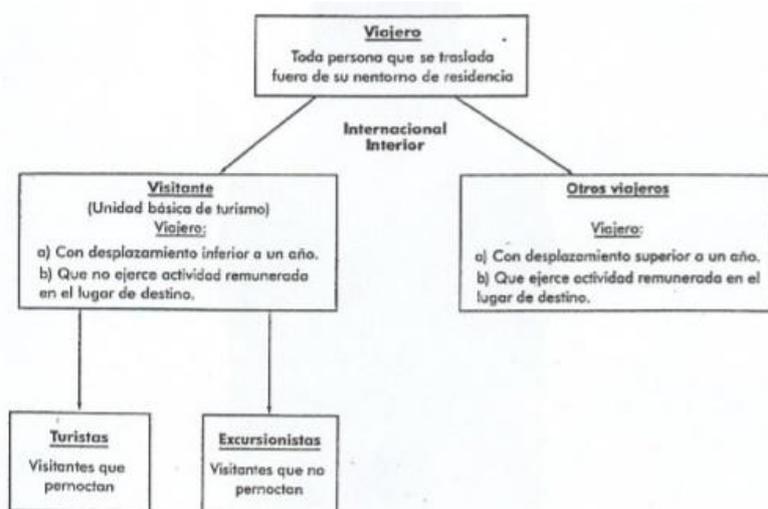


Figura 1: Unidades básicas del Turismo Fuente: Uriel y Monfort, 2001.

¹ Definición obtenida de: <http://www2.unwto.org/es> (Último acceso: 14/03/2016)

CAPÍTULO 1.- EL INGLÉS Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

Además, el turismo tiene gran importancia en la economía de un país debido a que se trata de una actividad económica generadora de riqueza, tiene un efecto multiplicador con los flujos de renta, es decir, la actividad afecta a varios sectores y crea riqueza en cada uno de los sectores implicados.

1.1.2. EL TURISMO DE MASAS MUNDIAL

El ser humano se ha desplazado a lo largo de toda la historia por necesidad. Nuestros antecesores se han considerado los precursores del turismo de masas.

A partir del siglo IX y, especialmente en el siglo XI, miles de peregrinos europeos se desplazaron por el Camino de Santiago con el fin de visitar los restos del Apóstol. Se trataba de un viaje con sentido religioso, pero la travesía recorría diferentes ciudades y fue así como se dio origen al famoso *Camino de Santiago*.

El *Gran Tour* fue a partir del siglo XVII y el siglo XVIII. Las clases altas de Gran Bretaña y Francia pasaban temporadas fuera de su país visitando otros territorios y lo hacían para que sus hijos aprendieran la cultura que no estaba en los libros. Esto no se llegó a considerar turismo de masas porque era una minoría.

El famoso turismo de masas apareció en los años 50 del siglo XX debido al desarrollo económico del occidente capitalista y a la demanda humana de las colonias europeas.

Causas de la aparición del turismo de masas fueron:

- Desarrollo económico y tecnológico: con el fin de la Segunda Guerra Mundial en 1945, la economía de Europa mejoró en un periodo menor a 20 años. El papel clave lo tuvo Estados Unidos, porque supo reconvertir la economía de guerra en economía de paz y desarrolló el Plan Marshall² con el fin de la recuperación económica de los países europeos.
- El estado del bienestar: se extiende por todos los países europeos la posibilidad de que exista un salario mínimo, vacaciones pagadas y jubilación. Esto supone

² Plan Marshall: plan que se desarrolló tras la Segunda Guerra Mundial por los Estados Unidos con el fin de reconstruir los países europeos. La iniciativa recibió el nombre del secretario de estado de Estados Unidos, George Marshall y diseñado principalmente por el Departamento de Estado. Información obtenida de: http://historiaybiografias.com/el_mundo05/ (Último acceso: 10/06/2016)

CAPÍTULO 1.- EL INGLÉS Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

una seguridad económica en las familias y, por eso, la gente se plantea emprender viajes.

- Acceso de la mujer al mundo laboral: gracias a la incorporación de la mujer al mundo laboral en los años 60, existe la posibilidad de un nuevo sector que participe en la actividad turística, principalmente porque es otra fuente de ingresos en las familias.
- Civilización del ocio y las vacaciones: tras la Revolución Industrial, Europa pasó de ser un continente campesino a uno urbano y, gracias a las revoluciones del movimiento obrero, el tiempo de trabajo se redujo a 8 horas diarias hasta llegar al esquema de los *tres 8* (8 horas de trabajo, 8 horas de sueño y 8 horas de ocio). A la reducción de horas de trabajo se suman las vacaciones pagadas y el adelanto en la edad de jubilación. Todo esto quiere decir que la gente dispone de dinero y tiempo para aprovecharlo.
- Deseo de evasión: las personas empiezan a querer a tener un periodo de tiempo con fecha límite y así poder olvidar sus obligaciones y poder buscar alternativas de ocio.

1.1.3. EL TURISMO EN LA ACTUALIDAD

Según el Panorama de la OMT del turismo internacional en su edición 2015, un número creciente de destinos de todo el mundo se ha abierto al turismo y ha invertido en él, haciendo del mismo un sector clave para el progreso socioeconómico a través de la creación de puestos de trabajo y de empresas.

Durante las últimas seis décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores de mayor envergadura y crecimiento del mundo. Se han sumado más destinos “aparte” de los favoritos: Estados Unidos y Europa.

Y todo esto lleva a las previsiones a largo plazo de la OMT, donde podemos encontrar que las llegadas internacionales crecerán un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030, hasta alcanzar los 1800 millones de turistas internacionales.

Por eso, las cifras cruciales³ del turismo en el mundo son:

- 9% del PIB: efecto directo e indirecto.
- 1 de cada 11 empleos en turismo.
- 1,5 billones de dólares en exportaciones.

³ Cifras obtenidas de: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/978928441687> (Último acceso: 29/02/2016)

CAPÍTULO 1.- EL INGLÉS Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

- 6% del comercio internacional.
- 30% de exportaciones de servicios.
- 25 millones de turistas internacionales en 1950.
- 1.133 millones de turistas internacionales en 2014.
- 1.800 millones de turistas internacionales previstos para 2030.

1.2. LA IMPORTANCIA DEL INGLÉS EN EL MUNDO COMO LENGUA VEHICULAR

El gerente de *My Oxford English*, Chris Wyburd, declaró:

Aprender más de un idioma sirve para romper la barrera cultural y relacional que se origina al momento de viajar o conocer gente de otro lugar; inclusive, nos facilita el proceso de encontrar empleo en el exterior, estudiar fuera o ser aptos al momento de postularnos a una beca. Por ejemplo, el inglés debe formar parte del día a día profesional fuera del país ya que es la base de la comunicación para las transacciones comerciales entre compañías en todo el mundo. Nunca es tarde para iniciar el aprendizaje. (Los 10 idiomas más hablados del mundo, 2015).⁴

Históricamente, hablar una segunda lengua era una ventaja que solo la alta sociedad burguesa podía disfrutar. En lo relativo al idioma inglés, el avance económico de los EEUU y la influencia política de Gran Bretaña impulsaron la expansión de la lengua anglosajona en gran medida.

Hoy en día, obtener un buen nivel de inglés es algo necesario para el desarrollo y superación de cualquier trabajo. Se ha convertido en una materia fundamental para cualquier ciudadano de cualquier país (EF EPI, 2011). La globalización exige el aprendizaje del inglés a la hora de comunicarse con otros países a nivel comercial, promocional, ya que se convierte de forma automática una lengua vehicular⁵ en situaciones donde dos personas no hablan el mismo idioma.

⁴ *Culturizando.com*: Se trata de una página web que se creó en el año 2011 con el fin de masificar la cultura a través de la publicación de contenidos en medios digitales y alternativo, propios o de terceros. Recuperado de: <http://culturizando.com>. (Último acceso: 29/02/2016)

⁵ Lengua Vehicular: O *lingua franca* es aquella que se emplea como vehículo de comunicación en una comunidad de habla donde existe más de una lengua posible. Dicho de otro modo, es la lengua de

CAPÍTULO 1.- EL INGLÉS Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

La enseñanza teórica del inglés ha evolucionado a lo largo de las últimas décadas debido al cambio en la población estudiantil. Para los lingüistas se ha vuelto más importante que el objetivo final de la enseñanza de inglés sea comunicarse con éxito y no alcanzar una pronunciación a nivel nativo.

Según el documento de EF EPI del 2011 (p.8), los tres cuartos de los angloparlantes no son nativos. Por eso, la mayoría de la comunicación en inglés es entre *no nativos*, los cuales adoptan una gramática y una pronunciación imperfecta para comunicarse siempre y cuando la comunicación sea clara.

El inglés, junto al chino mandarín y al español⁶, son los tres idiomas más hablados del mundo y, por eso, la lengua motivo de este trabajo se puede incluir en la clasificación del idioma más relevante a nivel internacional, dado su uso en el ámbito académico y de los negocios.

En la actualidad, el inglés es utilizado por más de 600 millones de personas; 100 millones más lo utilizan como vehículo de comunicación en el extranjero y un total de 70 países disponen de él idioma como oficial. En otros países —cuya primera lengua es otra diferente a la anglosajona— lo emplean en diversos ámbitos y puestos de trabajo. Tanto es así que alrededor del 80% de las comunicaciones y transacciones comerciales actuales se gestionan en lengua inglesa en todo el mundo⁷. Según el Índice de Nivel de Inglés, Europa es competente en inglés con uno de los niveles más altos del mundo. El objetivo de la Unión Europea es el multilingüismo para todos sus ciudadanos, con el fin de ser una cultura con poderosa fuerza a la hora de provocar cambios en los estudios de la enseñanza pública, en la cultura corporativa y las políticas de la Unión Europea. (EF EPI, 2011).

intercomunicación entre distintos colectivos lingüísticos. *Diccionario de términos de ELE: Lengua Vehicular*. Recuperado de: <http://cvc.cervantes.es> (Último acceso: 29/02/2016)

⁶ Datos obtenidos de *Ethnologue*: Chino mandarín: 1026 millones de hablantes; Español: 489 millones de hablantes.

⁷ Las estadísticas del inglés. Recuperado de: <http://estudia-ingles.com> (Último acceso: 29/02/2016)

CAPÍTULO 1.- EL INGLÉS Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

Clasificación del Índice de Nivel de Inglés en Europa



Figura 2: Clasificación del Índice de Nivel de Inglés de Europa. Fuente 1: EF EPI 2011.

Los colores verde oscuro representan en el mapa aquellos países con un alto nivel de inglés; los más claros, por el contrario, indican aquellos que presentan más dificultades en el uso de la lengua anglosajona. Podemos observar que los países del norte son los más competentes en este sentido. En este mapa, con datos del 2011, podemos ver que, España es uno de los países menos competentes en el manejo de la lengua inglesa.

Sin embargo, según los datos de EF EPI del 2015, España se encuentra situado en un puesto 23 de 70 países con un nivel de inglés moderado, lo que quiere decir que el dominio del inglés en España ha mejorado significativamente. (P. 23)

1.3. LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

Consideramos que la promoción es la acción y el efecto de promover, es decir, tomar iniciativa para ejecutar algo o impulsar un proceso o una cosa. Podemos decir que este término va orientado a las actividades que buscan dar a conocer o incrementar las ventas de algo, como es el caso del turismo.

Por eso, la promoción turística es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para la difusión de un lugar como destino para los turistas, porque la llegada del turismo receptor a un lugar genera importantes ingresos económicos.

CAPÍTULO 1.- EL INGLÉS Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

Según la página web <http://definicion.de/>, hay que llevar a cabo el proyecto de la promoción turística cumpliendo los siguientes objetivos:

- Fomentar la promoción y el atractivo turístico de un lugar.
- Dar a conocer y aumentar la oferta turística y dársela a conocer al turista.
- Captar eventos de cierta relevancia para la zona.
- Incentivar la implicación de todos los profesionales relacionados con el turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes.

Y con el fin de obtener estos resultados y otros muchos más, se puede recurrir a infinitas herramientas de promoción turística. Con todo, las más dignas de mención son: ferias, jornadas, congresos, visitas de interés turístico, eventos, congresos, rutas, etc. También suelen hacerse campañas de promoción turística con el objetivo de señalar a las actividades y emprendimientos que se llevan a cabo con el fin de que los turistas potenciales conozcan todos y cada uno de los atractivos de un destino y, así, decidan organizar una visita.⁸

1.4. EL TURISMO, EL INGLÉS Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

Según todos los datos analizados anteriormente y la información encontrada acerca del turismo, del inglés y de la promoción turística, podemos concluir que el turismo es un fenómeno de masas que mueve a las personas de todo el mundo a un lugar fuera de su residencia habitual con fines de ocio o negocios. Por eso es necesaria la promoción turística, para que se lleven a cabo acciones en los diferentes destinos turísticos y poder diseñar un plan de marketing turístico con la intención de analizar su oferta real, comprobar qué recursos tanto naturales como históricos ofrecen y estudiar qué acciones se pueden llevar a cabo para que su destino sea más atractivo que otros. Tal análisis puede resultar crucial en la elección final de destino de un turista determinado.

En estas actividades de promoción turística es necesario emplear un idioma común a toda persona implicada en el proceso y que pueda dar a entender de forma diáfana que ofrecen los diversos destinos turísticos. Por ende —y consideradas las cifras

⁸ Recuperado de: <http://definicion.de/promocion-turistica/> (Último acceso: 08/03/2016)

CAPÍTULO 1.- EL INGLÉS Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

que en estas líneas hemos recogido—, no es de extrañar que el inglés sea utilizado en diferentes ámbitos de la promoción: conferencias, ferias, anuncios publicitarios, carteles, entre otros.

CAPÍTULO 2

EL GRADO EN TURISMO EN ESPAÑA Y LA RELACIÓN DE LENGUAS

CAPÍTULO 2.- EL GRADO EN TURISMO EN ESPAÑA Y LA RELACIÓN DE LENGUAS

2.1. EL GRADO EN TURISMO EN LA UNIVERSIDAD ESPAÑOLA

La necesidad de entender el fenómeno turístico hace que la ciencia de la *turismología* se centre en su mismo estudio. Y, para ello, necesita personas, de ahí que los profesionales universitarios del Grado en Turismo sean aquellos que conocen e investigan tan compleja industria, teniendo en cuenta su campo de análisis como una ciencia social en continuo desarrollo metodológico y en relación con las Ciencias Económicas.

La aparición de la turismología tuvo lugar para atender la necesidad de que los elementos implicados en el fenómeno turístico fueran estudiados como un *todo* y no de forma aislada: una visión ordenada y crítica resultaba clave para un sector tan en auge.

Según 50 Carreras⁹ de la sección de Documentos del periódico *El Mundo*, el ranking de las universidades más demandadas por los estudiantes para el curso 2015/2016 han sido las que el lector de este trabajo puede encontrar en la sección de ANEXOS. La clasificación ha sido obtenida gracias a la suma de los siguientes datos de cada universidad:

- Número de alumnos.
- Nota de corte y plazas previstas para ese curso.
- Proporción de estudiantes en relación al Personal Docente y de Investigación.
- Gasto corriente por alumno matriculado.
- Puestos en aulas, es decir, grado de ocupación de las clases y disponibilidad.

Según los datos del Ministerio de Educación, en 2014 el modelo favorito para los estudiantes fue la universidad pública, elegida por un 87% (parte de los alumnos en alguno de los 50 centros de titularidad estatal). Por eso, hablar de un Sistema Universitario Español es esencialmente sinónimo de un modelo *público*.

⁹ Se trata de una guía que agrupa las 50 titulaciones más solicitadas por los alumnos y los centros académicos mejor valorados para cursarlas. La última fue publicada el 13 de Mayo del 2015 por el periódico *El Mundo* en su sección titulada “Documentos”.

CAPÍTULO 2.- EL GRADO EN TURISMO EN ESPAÑA Y LA RELACIÓN DE LENGUAS

En cuanto al Grado en Turismo¹⁰, actualmente, es impartido en universidades tanto públicas como privadas, pero el modelo público es el favorito de los estudiantes y, por lo tanto, es más demandado en las siguientes universidades:

- Universidad de las Islas Baleares.
- Universidad de Gerona.
- Universidad Rey Juan Carlos I de Madrid.
- Universidad de Málaga.
- Universidad Autónoma de Madrid.

La principal motivación de que los alumnos elijan estas universidades para cursar el Grado en Turismo responde a:

- La oportunidad de cursar el grado de forma bilingüe, es decir, complementar el estudio de materias con idiomas como son alemán, francés, italiano, ruso o inglés.
- El impulso de los programas de movilidad tanto *Erasmus* como *Prometeu*.
- La ocasión de cursar de forma conjunta otros grados como pueden ser Administración de Empresas (ADE) o Historia.

Según la página *Educaweb*¹¹, el Grado en Turismo está implantado en 25 ciudades españolas, siendo Barcelona y Madrid las ciudades que más universidades y escuelas ofrecen para estudiar este título.



Gráfico 1: Universidades para estudiar el Grado en Turismo. Elaboración propia

¹⁰ Información obtenida de: 50 Carreras (2015) Documentos. *El Mundo*. P.22

¹¹ Información obtenida de: <http://www.educaweb.com/estudio/titulacion-grado-turismo/#center-info> (Último acceso: 20/04/2016)

CAPÍTULO 2.- EL GRADO EN TURISMO EN ESPAÑA Y LA RELACIÓN DE LENGUAS

El Campus *María Zambrano* de Segovia, perteneciente a la Universidad de Valladolid (UVa), ofrece la oportunidad a los estudiantes de cursar el Grado en Turismo y, además, mejorar en idiomas como el inglés, alemán o francés.

También ofrece la posibilidad de realizar una movilidad durante un curso escolar en diversas universidades europeas o americanas.

2.2. LOS IDIOMAS IMPARTIDOS EN EL GRADO EN TURISMO

Después de investigar los planes de estudio de diversas universidades y analizar los datos, hemos llegado al siguiente resultado en cuanto a los idiomas que imparte cada universidad para los futuros profesionales del sector turístico:

[El lector podrá encontrar en ANEXOS los datos relativos a los idiomas impartidos por las distintas universidades.]

De los 22 planes de estudio de diferentes universidades¹², un 100% de ellas imparten el inglés como idioma principal de la titulación, aunque, cada vez más, las universidades de España están empezando a ofrecer el Grado en Turismo de forma bilingüe, optimizando así las posibilidades de desarrollar competencias lingüísticas en idiomas extranjeros para hacer al alumno capaz de desenvolverse en cualquier entorno, incluyendo el ámbito empresarial internacional.

En cuanto a las asignaturas de segundas lenguas impartidas en las universidades que ofertan el Grado en Turismo, podemos ver que un 96% ofrecen el idioma alemán y francés como segundo idioma; el 4% restante equivale al idioma italiano, ruso y chino.

¹² Información obtenida de diferentes universidades del territorio español, incluyendo la península y los archipiélagos tanto Balear como Canario.

CAPÍTULO 2.- EL GRADO EN TURISMO EN ESPAÑA Y LA RELACIÓN DE LENGUAS

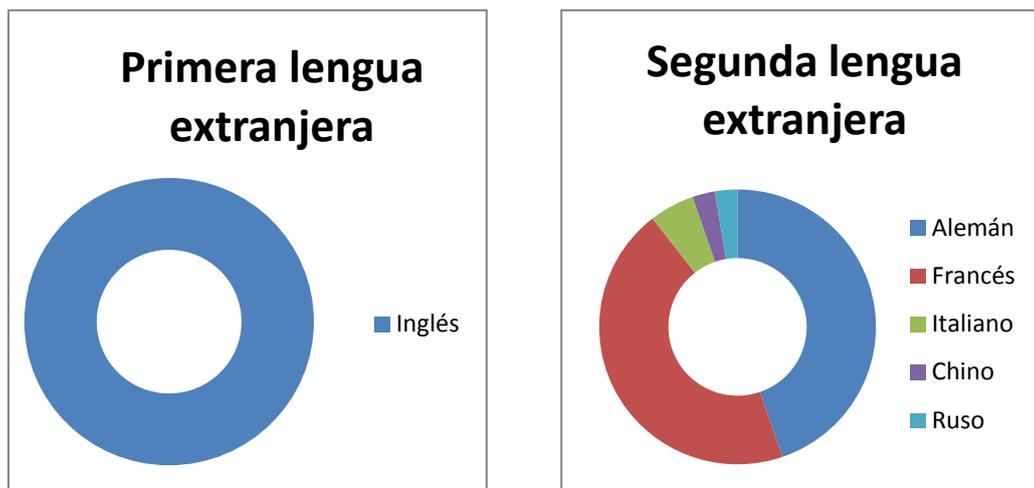


Gráfico 2: Idiomas escogidos como primera y segunda lengua.
Fuente: Elaboración propia

Las universidades han implantado estos idiomas como asignaturas claves del grado debido a la demanda de turismo que caracteriza a España. Principalmente, nuestro turismo receptor proviene de países del norte de Europa como Francia, Alemania o Reino Unido.

En otro orden de cosas, el 1% relativo al aprendizaje de ruso como segunda lengua en algunas titulaciones de Turismo en España aparece, seguramente, como respuesta a los índices de recepciones de turistas de dicha nacionalidad con intención de hacer negocios o simplemente de disfrutar del sol y playa de nuestras costas españolas.

La implantación del chino como segunda lengua extranjera está ligada a la importancia del idioma, por supuesto —no conviene olvidar que se trata de una de las lenguas más habladas del mundo—, pero también a la creciente entrada de turistas chinos en nuestro país. Sin ir más lejos, Segovia acoge un alto porcentaje de turismo chino: según un artículo del periódico *El Adelantado de Segovia*¹³, el turismo oriental ha ido creciendo considerablemente desde el año 2004, momento en el que solo se registraron 18 visitantes asiáticos. A partir del 2005, empezó a incrementarse de forma constante; ese año se contabilizaron 776 visitantes orientales en la ciudad de Segovia. Datos del 2015 ponen de manifiesto que el 0,009% de los 137 millones de turistas que salieron de China habían visitado Segovia (12.189 turistas), siendo la tercera

¹³ *El Adelantado de Segovia* es un periódico español de tirada local en Segovia fundado en 1901.

CAPÍTULO 2.- EL GRADO EN TURISMO EN ESPAÑA Y LA RELACIÓN DE LENGUAS

procedencia más importante de turismo en la ciudad, solo superada por Francia y Estados Unidos¹⁴.

En el caso de España, conforme con un artículo de *Hosteltur*, se ha podido observar un incremento del turismo asiático en nuestro país gracias al aumento de su poder adquisitivo y la relajación de políticas de visados en muchos países. En 2014, se registraron un total de 287.873 visitas a nuestro país procedentes de China. La Comunidad Autónoma más visitada fue Cataluña, seguida de la Comunidad de Madrid y Andalucía.

2.3. COMPETENCIAS DEL GRADO EN TURISMO

En el Grado en Turismo —aparte de las competencias centradas en la política, economía, geografía, las administrativas y/o de servicio al cliente y de marco legal, entre otras—, merecen consideración expresa aquellas directamente entroncadas con la adquisición de lenguas extranjeras.

Según el *Libro Blanco del Título del Grado en Turismo* de ANECA¹⁵ (2004), estas competencias son:

TRABAJAR EN INGLÉS COMO LENGUA EXTRANJERA	
[L]a implantación del inglés en el ámbito profesional y muy presente en el sector turístico hace que su conocimiento y su uso sea imprescindible	
Conocimientos disciplinares (saber):	Conocimientos profesionales (saber hacer):
<ul style="list-style-type: none">• Conocer las estructuras gramaticales de la lengua a nivel medio-alto• Conocer el vocabulario específico relacionado con el sector turístico• Conocer las diversas culturas de los países de habla inglesa, para adquirir una mayor comprensión del idioma	<ul style="list-style-type: none">• Comunicarse en inglés en cualquier medio. Saber comprender textos originales relacionados con temas turísticos• “Trabajar” en lengua inglesa en un entorno profesional• Comprender y redactar documentos, informes y memorias en un lenguaje técnico turístico

Tabla 1: ANECA (2004, p. 135)

¹⁴ Galindo, M. (2016). El turismo chino crece en Segovia y aportó en 2015 cerca de 13.000 visitantes. *El Adelantado de Segovia*. Fecha de la publicación: 07/04/2016 (Último acceso: 20/04/2016)

¹⁵ La Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) llevó a cabo el proyecto de realizar el Libro Blanco de los Títulos de Grado en colaboración del mayor número posible de universidades que imparten la titulación.

CAPÍTULO 2.- EL GRADO EN TURISMO EN ESPAÑA Y LA RELACIÓN DE LENGUAS

COMUNICARSE DE FORMA ORAL Y ESCRITA EN UNA SEGUNDA O TERCERA LENGUA EXTRANJERA	
[L]os temas que serán tratados para poder desarrollar esta competencia son complejos ya que se trata de materias funcionales, léxicas, gramaticales y culturales. Con el fin de poder aplicarlo a situaciones profesionales cotidianas y poderse defender a nivel oral y escrito	
Conocimientos disciplinares (saber):	Conocimientos profesionales (saber hacer):
<ul style="list-style-type: none"> • Lingüísticos o gramaticales • Léxicos y así, aprender términos relacionados con distintos campos semánticos • Culturales con el fin de aprender costumbres, modos de vida, normas de convivencia... 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprender y producir mensajes orales en situaciones diversas de comunicación • Interpretar y realizar información escrita tanto en el ámbito sociocultural como en el turístico • Comunicarse de forma oral y escrita con un interlocutor, interpretando y transfiriendo la información necesaria para establecer los términos que delimiten la relación profesional dentro del sector turístico • Analizar las normas de convivencia socioculturales y así poder obtener una imagen apropiada en las relaciones personales y profesionales

Tabla 2: ANECA (2004, pp. 135-136)

Resulta más que evidente la importancia del conocimiento de una lengua extranjera y poder trabajar con ella de forma tanto oral como escrita. Del estudiante de Grado en Turismo se espera adquirir estas competencias y también poder desenvolverse en otra lengua demostrando una adecuada capacidad de análisis y síntesis, resolviendo problemas y adaptándose a nuevas situaciones.

En conclusión, el aprendizaje de una lengua extranjera es fundamental en el Grado en Turismo y su manejo adecuado se plantea como una competencia tan importante como las relativas al resto de asignaturas de la titulación.

Sin lugar a dudas, para obtener un aprendizaje completo de una lengua extranjera es recomendable aprender el idioma en el país nativo. Para ello, las universidades ofrecen un programa de movilidad a sus estudiantes.

El siguiente epígrafe de nuestro trabajo ahondará en el sentido de esta opción de internacionalización.

2.4. LA MOVILIDAD Y LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD UNIVERSITARIA

Un programa de movilidad¹⁶ ofrece a un estudiante participar en una experiencia académica diferente a la aportada por su universidad de origen.

Todas las universidades de España ofrecen a sus estudiantes la oportunidad de disfrutar de una movilidad, que puede ser a nivel nacional o internacional. En función de los grados o títulos y de los convenios que tengan las universidades de origen con las universidades de destino, los estudiantes podrán elegir el mejor lugar para realizar una movilidad dependiendo de sus preferencias.

Participar en un programa de movilidad supone una experiencia exclusiva, pues es un medio que incrementa la diversidad y calidad de las enseñanzas recibidas.

En el territorio español distinguimos dos tipos de movilidad con un origen y unas características diferentes, pero con un mismo propósito: el intercambio universitario.

- Movilidad Nacional: es la movilidad entre las universidades españolas. El programa SICUE (Sistema de Intercambio entre Centros Universitarios de España) está destinado a aumentar la diversidad y amplitud de la oferta educativa, dando la oportunidad de que se puedan seguir los estudios en una universidad diferente y con total reconocimiento de créditos cursados. Fue creado en 1999 por un convenio marco firmado por los rectores de las universidades del territorio nacional.
- Movilidad Internacional: el objetivo de la Unión Europea siguiendo el Plan de Convergencia es que en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) la movilidad internacional deje ser una excepción para convertirse en norma. La movilidad ofrece desarrollar las siguientes competencias:
 - Mejorar las competencias personales (capacidad de trabajo en equipo y adaptación a situaciones nuevas).
 - Mejorar la competencia lingüística.

¹⁶ Información obtenida del Ministerio de Educación y del Organismo Autónomo de Programas Europeos (OAPE). Recuperado de: <http://www.mecd.gob.es/portada-mecd/> (Último acceso: 20/04/2016)

CAPÍTULO 2.- EL GRADO EN TURISMO EN ESPAÑA Y LA RELACIÓN DE LENGUAS

- Mejorar la formación académica.

El programa *ERASMUS* es el de mayor alcance en la movilidad internacional. Fue creado en 1987 y ha sido el impulsor de la movilidad académica en los últimos 29 años. Los objetivos del programa son:

- Aumentar el número de estudiantes en la universidad.
- Promover la cooperación entre las universidades con el fin de movilizar el potencial de los profesores y alumnos.
- Establecer relaciones académicas de Europa con los ciudadanos.

Los resultados obtenidos muestran el aumento de la movilidad estudiantil a lo largo del tiempo; aun así, la media europea es muy baja frente a la media española. Esto quiere decir que sigue siendo necesario favorecer y potenciar la movilidad (Belvis Pons *et al.*, 2007).

Actualmente, el programa *Erasmus* es conocido como *Erasmus +*, que además incluye otros programas dentro del mismo, como son el programa *Mundus, Tempus, ALFA, Edulink* y otros programas bilaterales.

Según datos estadísticos, el 90% de los estudiantes consideran el programa *Erasmus +* como una experiencia positiva y enriquecedora.

2.4.1. MOTIVOS DE LA MOVILIDAD

Para entender por qué los jóvenes solicitan una movilidad estudiantil, primero hay que analizar su perfil. Según Belvis Pons *et al.* (2007), con la muestra de 226 estudiantes de diferentes nacionalidades en programa *Erasmus* se ha podido observar que el perfil familiar de estos responde a un nivel socio económico medio-alto; sin embargo, los becarios de movilidad SICUE suelen ser de nivel socioeconómico medio-bajo. En ambos programas se coincide que el nivel educativo y sociocultural de los padres de los beneficiarios es alto.

Las influencias personales a la hora de querer participar en una movilidad son importantes, ya que la mayoría de los estudiantes viven con sus padres y, por lo tanto, no son económicamente independientes. Con todo, es cierto que la inscripción al programa se hace por iniciativa propia y de forma independiente; los estudiantes

CAPÍTULO 2.- EL GRADO EN TURISMO EN ESPAÑA Y LA RELACIÓN DE LENGUAS

consideran que participar en una movilidad puede repercutir muy positivamente en la consecución de los objetivos de la titulación.

Entre los motivos académicos profesionales, destaca el aprendizaje o perfeccionamiento del idioma. Aunque los estudiantes *Erasmus* tienen presente la oportunidad de poder cursar asignaturas en una universidad con más prestigio, también albergan la expectativa de que la estancia fuera suponga una mejora del expediente académico y un perfeccionamiento del currículum, lo que repercutirá, sin duda, en su inserción laboral.

Los motivos personales son los que más influyen en la movilidad, destacando:

- Tener nuevas experiencias
- Buscar autonomía y seguridad en uno mismo
- Desarrollar mayor independencia y desvincularse del entorno familiar
- Conocer otra cultura
- Disfrutar del atractivo lúdico-cultural del destino
- Conocer gente y ampliar el círculo de relaciones
- Romper con la rutina y el entorno cercano

Curiosamente, los motivos personales hacen que los estudiantes estén más motivados por aspectos lúdicos y de desarrollo personal que por motivos académicos-profesionales.

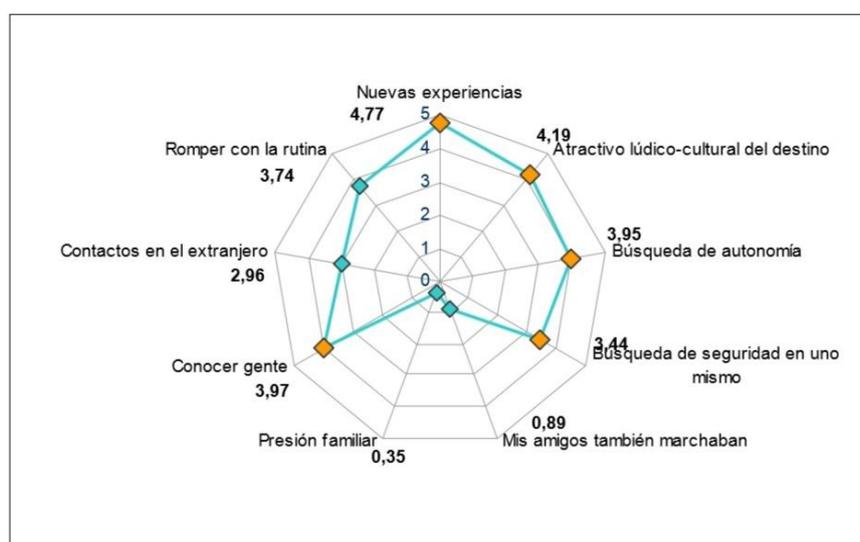


Gráfico 3: Motivaciones personales de los estudiantes (Belvis Pons, E et al. 2007 p.7)

CAPÍTULO 2.- EL GRADO EN TURISMO EN ESPAÑA Y LA RELACIÓN DE LENGUAS

La motivación de participar en programas de movilidad también aumenta si ha habido otras experiencias en programas de movilidad anterior o por la realización de viajes de estudios: esto incrementa las ganas de viajar, ampliar horizontes y conocer otras culturas.

Por un lado, tener una referencia positiva de los programas es necesario para ayudar a los estudiantes a decidir si quieren realizar una movilidad durante su carrera universitaria. Por otro, las ayudas económicas son un elemento fundamental en la movilidad.

2.4.2. DESTINOS ELEGIDOS POR LOS ESPAÑOLES PARA REALIZAR UNA MOVILIDAD

A pesar de la crisis económica y de lo costoso que puede resultar estudiar en el extranjero, muchos universitarios españoles deciden pasar al menos un año de sus estudios superiores en el extranjero con la finalidad de prepararse mejor para un futuro profesional.

De acuerdo con el artículo del periódico *El Mundo* (2016) sobre el número de españoles que salen a estudiar al extranjero, los destinos han aumentado la llegada de estudiantes españoles en los últimos años. Este es el caso de Estados Unidos, que ha experimentado un incremento de casi un 15% el pasado curso 2014/2015 con respecto al curso anterior.

Según los datos de la UNESCO¹⁷, en el año 2013 el colectivo de estudiantes en movilidad se extendía a lo largo de gran parte de la geografía mundial cursando sus estudios universitarios, siendo el primer destino Reino Unido (5.900), seguido de Alemania (5.289) y Estados Unidos (4.817). Los otros países que siguen a esta lista son: Francia (4325), Polonia (976), Portugal (843), Países Bajos (802), Italia (745), Dinamarca (691), Bélgica (460). Estos índices evidencian la preferencia de los estudiantes españoles hacia Europa.

En páginas que siguen relacionaremos los programas de movilidad – Erasmus +, concretamente – con otras oportunidades brindadas por empresas y administraciones

¹⁷ La UNESCO es la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultural. Creada en 1946, su objetivo prioritario es contribuir a la paz y a la seguridad en el mundo mediante la educación, la ciencia, la cultura y las comunicaciones. www.unesco.org (Último acceso: 06/05/2016)

CAPÍTULO 2.- EL GRADO EN TURISMO EN ESPAÑA Y LA RELACIÓN DE LENGUAS

colaboradoras con las instituciones universitarias. Especialmente relevante en este sentido es el Ayuntamiento de Segovia, entidad en colaboración con la Universidad de Valladolid que promovió el programa de promoción turística motivo de este Trabajo de Fin de Grado. Veremos que, aun aparentemente independientes, ambas instituciones están relacionadas y coordinadas. Veamos cómo.

CAPÍTULO 3

**LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y
LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE
SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO
TURÍSTICO Y ACUERDOS DE
COLABORACIÓN**

3.1. EL ARTÍCULO 83.- CONTRATOS DE INVESTIGACIÓN

La Universidad de Valladolid (UVa) y el Ayuntamiento de Segovia han realizado varios contratos de investigación con la participación de profesorado y becarios de la UVa. Este convenio de la universidad con la entidad pública está regido con el artículo 83 de la Ley Orgánica de Universidades, que dice así:

Los grupos de investigación reconocidos por la Universidad, los Departamentos y los Institutos Universitarios de Investigación, y su profesorado a través de los mismos o de los órganos, centros, fundaciones o estructuras organizativas similares de la Universidad dedicados a la canalización de las iniciativas investigadoras del profesorado y a la transferencia de los resultados de la investigación, podrán celebrar contratos con personas, Universidades o entidades públicas y privadas para la realización de trabajos de carácter científico, técnico o artístico, así como para el desarrollo de enseñanzas de especialización o actividades específicas de formación. (Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de universidades, 2001, p.48)

El reglamento dicta que el grupo de investigación se compromete a ingresar a la entidad de gestión el 15% de los gastos generales del presupuesto que se haya justificado entre la empresa y el investigador y aprobado por el respectivo departamento. El *Parque Científico* de la universidad realiza la gestión mencionada entre la UVa y la *Fundación Parque Científico*, con el fin de apoyar a la investigación científica y técnica del personal docente e investigador vinculado a la misma.

3.2. EL AYUNTAMIENTO DE SEGOVIA Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO: ALGUNOS DATOS DE ORGANIZACIÓN

Desde el 2014, el Ayuntamiento de Segovia está presidido por la alcaldesa Dña. Clara Luquero de Nicolás, perteneciente al grupo político *Partido Socialista Obrero Español* (PSOE).

CAPÍTULO 3.- LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO TURÍSTICO Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

La función principal del Ayuntamiento de Segovia es encargarse del gobierno de la ciudad y del municipio de la provincia de Segovia.

Actualmente, el Ayuntamiento cuenta con 12 concejalías¹⁸ a cargo de la Alcaldía - Presidencia:

- Alcaldía – Presidencia
- Concejalía de Cultura
- Concejalía de Deportes
- Concejalía de Desarrollo Económico, Empleo e Innovación
- Concejalía de Economía y Hacienda. Urbanismo, Vivienda y Rehabilitación
- Concejalía de Educación y Juventud
- Concejalía de Gobierno Interior y Personal y Patrimonio Municipal y Contratación
- Concejalía de Medio Ambiente
- Concejalía de Obras, Servicios e Infraestructuras
- Concejalía de Participación Ciudadana
- Concejalía de Patrimonio Histórico y Turismo
- Concejalía de Servicios Sociales, Igualdad, Sanidad y Consumo
- Concejalía de Tráfico, Transportes y Movilidad y Seguridad Ciudadana

[El lector podrá encontrar el organigrama del Ayuntamiento de Segovia adjuntado en la sección de ANEXOS.]

3.2.1. CONCEJALÍA DE PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO

La Concejalía de Patrimonio Histórico y Turismo¹⁹ está dirigida por la Concejala Dña. Claudia de Santos Borreguero. La Concejalía se divide en dos secciones:

Por un lado, hablamos de la Concejalía de Patrimonio Histórico, que tiene presente el valor patrimonial de esta ciudad no solo por el recinto amurallado, sino también por los arrabales históricos que la conforman. Y, por el otro, la Concejalía de Turismo, que se centra en la gestión y dirección turística de la ciudad.

¹⁸ Información obtenida de: *Ayuntamiento de Segovia: Concejalías*. Recuperado de: <http://www.segovia.es/index.php/mod.pags/mem.detalle/id.10237/recategoria.2529/area.22/seccion.136/reلمenu.136#sthash.1DNleOuW.dpuf4> (Último acceso: 18/04/2016)

¹⁹ Información obtenida de: *Ayuntamiento de Segovia: Concejalías*. <http://www.segovia.es/index.php/mod.pags/mem.detalle/id.10191/recategoria.2529/area.23/seccion.43/subsec.183/reلمenu.183> (Último acceso: 18/04/2016)

CAPÍTULO 3.- LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO TURÍSTICO Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

Para mantener viva la ciudad de Segovia, los objetivos que orientarán el trabajo de la Concejalía de Patrimonio Histórico serán:

- Potenciar la comunicación entre barrios.
- Establecer medidas de revitalización del entramado demográfico.
- Dotar a la ciudad de Segovia de accesibilidad y equipamientos para conseguir los dos objetivos anteriores.

La responsabilidad de la Concejalía de Turismo, como se ha comentado anteriormente, se centra en la dirección y gestión turística de la ciudad. Sus líneas de actuación son las siguientes:

- Convertir Segovia como destino referente en cuanto a la calidad de los servicios.
- Diversificar la oferta turística: ofrecer nuevos recursos y nuevos productos turísticos con el fin de romper la idea de que Segovia es una ciudad que se puede visitar en un día.
- Sensibilizar al ciudadano con nuestro patrimonio cultural y, así, favorecer la comprensión del fenómeno turístico.

La Concejalía trabaja con:

- Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad (www.ciudadespatrimonio.org)
- Red de Juderías de España (www.redjuderias.org)
- Asociación de Ciudades AVE (www.ciudadesave.org)
- Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial (OCPM) (www.ocpm.org)

Además de colaborar con estos organismos que se centran en la promoción turística de Segovia, la Concejalía también asiste y organiza diferentes jornadas de promoción a nivel nacional e internacional.

La señalización de la ciudad, la firma de convenios con diferentes universidades, la realización de diferentes actividades turístico-culturales como son las jornadas Gastronómicas, Cursos de formación, entre otras, son igualmente labores propias de esta Concejalía de Turismo.

CAPÍTULO 3.- LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO TURÍSTICO Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

3.3. LA EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO (EMT)

La página web de la Empresa Municipal de Turismo de Segovia (www.turismodesegovia.com) recoge las siguientes líneas:

España es un país turístico por excelencia, posicionado entre los primeros del mundo en cuanto a número de visitantes y turistas se refiere. Segovia forma parte de la España Monumental, ciudad turística muy consolidada, declarada en 1985, Patrimonio de la Humanidad. Segovia lleva durante años ofreciendo un turismo monumental y gastronómico único, y como tal es conocida en cualquier parte del mundo. Cuando pensamos en Segovia, lo primero que viene a nuestra mente es el Acueducto, monumental obra de la ingeniería romana, la Catedral, última muestra del gótico Español, conocida como “la Dama de las Catedrales” por su singular belleza; y el Alcázar que es todo un símbolo de la ciudad, y en muchas ocasiones ha servido para representar a todo nuestro país. (EMT, 2016)

La Empresa Municipal de Turismo (EMT) fue creada por la Concejalía de Turismo en diciembre de 2004. Se trataba de una sociedad mercantil pública bajo la forma de sociedad anónima unipersonal, siendo su razón social la Gestión y Calidad Turística de la Ciudad de Segovia, S.A.U.

En términos generales, se encarga de la gestión del Centro de Recepción del Visitante (CRV) y los diferentes Puntos de Información Turística de la ciudad (PIT), los cuales vienen a ser:

- Espacio Informativo de la Muralla (Adarve de la Puerta de San Andrés)
- Centro Didáctico de la Judería (CDJ)
- Casa- Museo de Antonio Machado
- Casa de la Moneda
- Colección de Títeres de Francisco de Peralta (*Puerta de Santiago*)

3.3.1. OBJETIVOS Y ORGANIGRAMA

Según puede comprobarse en su propia página web, el objetivo primario de la Empresa Municipal de Turismo no es otro que:

CAPÍTULO 3.- LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO TURÍSTICO Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

[F]omentar y desarrollar la actividad turística en Segovia, debido a la importante riqueza patrimonial de la ciudad y la repercusión del fenómeno turístico en la economía de la capital constituyéndose uno de los pilares básicos de la misma.

En la actualidad, la EMT cuenta con un equipo humano conformado por 36 personas divididas en las diferentes Áreas de Trabajo y Unidades de Negocio.



Figura 3: Organigrama de la Empresa Municipal de Turismo (EMT), www.turismodesegovia.com
Último acceso: 27/04/2016

3.3.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMERCIAL UTILIZADOS POR LA EMPRESA

Una de las tareas importantes de las empresas es mantener una comunicación externa con el fin de realizar un conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivo del negocio, así como proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos o servicios.

En el caso de la EMT, encontramos la página web (www.turismodesegovia.com), donde el turista puede encontrar todo tipo de información relativa a la ciudad de Segovia: la agenda cultural de las actividades previstas, los programas de la temporada

CAPÍTULO 3.- LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO TURÍSTICO Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

tales como *Titirimundi*, Semana Santa, el Festival de Segovia o el *Hay Festival*. También se puede encontrar información de los monumentos más emblemáticos de la ciudad, así como sus respectivos horarios de visita.

Los logotipos con los que se reconoce a la Empresa Municipal de Turismo y Gestión y Calidad Turística de la ciudad de Segovia (S.A.U) son los siguientes:



Imagen 1 y 2: Logos de Turismo de Segovia. Fuente: www.turismodesegovia.com

Último acceso: 27/03/2016

El eslogan de turismo de Segovia es:



Imagen 3: Eslogan de Turismo de Segovia. Fuente: www.turismodesegovia.com

Último acceso: 27/03/2016

La marca *Segovia ilumina el cielo*²⁰ fue creada el verano de 2009 por la EMT. Las noches de los viernes y sábados del mes de agosto de ese año se iluminaron ciertos puntos de la ciudad para conseguir que los segovianos y los turistas disfrutaran de un paseo agradable por Segovia. En los puntos iluminados de la capital (Calle Real, Alcázar y Catedral) se encontraron proyecciones con música e imágenes no solo de los diferentes monumentos de Segovia, sino también de personajes históricos vinculados a la ciudad junto a la de sus habitantes cotidianos. Así se consiguió realzar el encanto de Segovia para que quien visitara la ciudad permaneciera en ella y pernoctara.

²⁰ Información obtenida de:

<http://www.segovia.es/index.php/mod.pags/mem.detalle/id.10177/relcategoria.3445/area.23/seccion.43>
(Último acceso: 18/05/2016)

CAPÍTULO 3.- LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO TURÍSTICO Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

La idea surgió de los escritos de algunos poetas y escritores que hablan de las percepciones relativas a la luz de la ciudad. Por ejemplo, en su obra *España, sueño y verdad* (1965), María Zambrano habla de la relación que tiene Segovia con la luz: “No cae la luz en Segovia: la ciudad toda ella se alza hasta ella”.

Atención especial merece la grafía de la palabra *Segovia* en este logotipo, pues, a través de una manipulación gráfica evidente —el término aparece del revés— se intenta definir la peculiaridad de la ciudad, comparando su esencia a los actos mismos de colocar las tejas de nuestras casas boca abajo.

El objetivo final de la marca era tangibilizar los valores emocionales y experienciales de la ciudad no solo para los ciudadanos la ciudad sino también para los visitantes propios de la misma.

3.3.3. ÁREAS DE NEGOCIO DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO (EMT)

Durante el año 2015, las áreas de trabajo y unidades de negocio de la EMT²¹ que han destacado son:

- Central de Reservas
- Segovia Convention Bureau
- Segovia *Film Office*

La **Central de Reservas** de la EMT es una unidad de negocio que se centra en la comercialización de productos y servicios turísticos. Uno de los productos más exitosos es el programa de las visitas guiadas *Conoce Segovia*: con un incremento del 16% sobre las visitas recibidas durante el 2014, llegó a acoger a un total de 13.171 participantes.

La visita que más se comercializó fue “Segovia, Patrimonio de la Humanidad”, seguida de “Conoce la Judería” y “Yo Teresa”, visita teatralizada ofertada en el mes de agosto con motivo del V centenario del nacimiento de Santa Teresa de Jesús.

Otros productos que se encarga de comercializar la Central de Reservas son el Bus Turístico, las audioguías, las tarjetas turísticas y publicaciones, como pueden ser los libros de la ciudad o los folletos a la venta.

²¹ Información y datos obtenidos del 9º *Boletín Informativo del Observatorio Turístico de Segovia* (2016, pp. 18-19).

CAPÍTULO 3.- LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO TURÍSTICO Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

Por su parte la unidad de negocio *Segovia Convention Bureau* tiene el propósito de la promoción de la ciudad como sede de congresos, convenciones y viajes de incentivo. El año 2015 se ha alzado con los mejores datos de la historia con un total de 58 eventos captados o participados por Segovia; para ellos se contó con la participación de 8134 delegados.

Otras acciones llevadas a cabo desde esta área de trabajo han sido los viajes de familiarización²² (se han realizado 12), para los que se contó con 35 periodistas y 107 agentes de viajes y operadores turísticos.

La unidad dedicada a la promoción de la ciudad como escenario para rodajes es *Segovia Film Office*, que solamente en 2015 colaboró con un total de 27 proyectos; de ellos, la tercera parte empleó la antigua cárcel de nuestra ciudad como tapiz escénico.

Otra área de negocio de la EMT —si bien de no tan elevado alcance en el año 2015— es **Aprende Español en Segovia**²³, un proyecto que brinda la oportunidad a estudiantes extranjeros de poder realizar cursos de español en nuestra ciudad, con un mínimo de 2 semanas y hasta 4 meses, en función del curso que se elija; el alojamiento será en familias segovianas de acogida donde los estudiantes se sentirán como en casa.

3.3.4. COMPORTAMIENTO Y PERFIL DEL VISITANTE

Uno de los contratos de investigación firmados por la Universidad de Valladolid y el Ayuntamiento de Segovia a través del anteriormente citado artículo 83 permitió acometer un estudio realmente interesante: a través de un cuestionario realizado en el destino, se trató de conocer el comportamiento y perfil de quienes visitaron nuestra ciudad en 2015. Las conclusiones²⁴ de dicho estudio son las siguientes:

- La mayoría de los turistas que visitan Segovia lo hacen por primera vez y quienes ya la conocen repiten varias ocasiones durante un año.
- Un 36,5% pernocta en la ciudad; la mayoría lo hace en alojamientos de pago.

²² Viajes de Familiarización o *Fam Trip* son viajes de cortesía ofertados a periodistas, operadores turísticos o agencias de viaje con el objetivo de darles a conocer la oferta turística del destino para, más tarde, ofrecerlo a sus clientes.

En: http://www.eventplannerspain.com/glosario/Es/Viaje_de_familiarizaci%C3%B3n (Último acceso: 09/05/2016)

²³ Información obtenida de: *Aprende Español en Segovia*. www.aprende-espanol.turismodesegovia.com. (Último acceso: 06/05/2016)

²⁴ Información obtenida de: *9º Boletín Informativo del Observatorio Turístico de Segovia* (2016, p.3)

CAPÍTULO 3.- LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO TURÍSTICO Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

- La estancia media es de 1,5 día, aunque lo normal es que se limite a un día.
- El medio de transporte elegido por los turistas para llegar a Segovia es el autobús y el tren. Sin embargo, quienes repiten visita a Segovia eligen el coche como medio de transporte.
- La gran mayoría viaja acompañado normalmente de otras 3 personas: pareja y amigos.
- El 51,5% —más de la mitad— ha buscado información del destino antes de su visita a Segovia, siendo Internet el medio más utilizado. Con todo, más de tres cuartas partes de los visitantes siguen accediendo a las oficinas y puntos de información turística.
- Un 13% de los turistas ha realizado visitas guiadas y el 6% ha utilizado el bus turístico.
- Los aspectos más valorados de la ciudad son: la riqueza monumental, el estado de conservación del patrimonio, la hospitalidad y el trato al visitante.
- La satisfacción media es de 8,2 sobre 10.

3.3.5. ESTADÍSTICAS

AÑO	2014	2015
TOTAL VISITANTES	388.689	451.976
DIFERENCIA	63.287	
%	16,28%	

Tabla 3: Estadísticas de las consultas/visitas de Segovia. Fuente: Elaboración propia

Los datos ²⁵ que se muestran en la tabla corresponden al número de consultas/visitas que fueron atendidas por el personal de la Empresa Municipal de Turismo y el de la Junta de Castilla y León, incluyendo los diferentes museos y oficinas [Centro de Recepción del Visitante (CRV) y Oficina de Turismo de la Junta de Castilla y León; Puntos de Información Turística (PIT) del Alcázar, el AVE y la Muralla; Casa-

²⁵ Información obtenida del 9º Boletín Informativo del Observatorio Turístico de Segovia de la Empresa Municipal de Turismo (2016).

CAPÍTULO 3.- LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO TURÍSTICO Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

Museo Antonio Machado; Colección de Títeres Francisco de Peralta, Centro Didáctico de la Judería y Real Casa de la Moneda].

Como se puede observar en la tabla, el número de turistas que visita Segovia se ha incrementado considerablemente durante estos dos años. Gracias a los *Boletines Informativos del Observatorio Turístico de Segovia*, hemos podido contrastar no solo el aumento de los turistas en Segovia, sino también las mejoras de la Empresa Municipal de Turismo, entre las que destaca la apertura de la Colección de Títeres de Francisco de Peralta en la *Puerta de Santiago* el pasado año 2015.

Los meses que han atendido más visitas en 2014 y 2015 han sido marzo, abril, mayo, julio, agosto y octubre. [El lector podrá encontrar la tabla del número de visitas atendidas en la sección de ANEXOS.]

Según el *9º Boletín Informativo del Observatorio Turístico de Segovia*, de las 451.976 visitas/consultas atendidas por el personal de la EMT el pasado 2015, un 62% fueron de turistas españoles, mientras que el 38% restante procedieron de visitantes internacionales (2016, p. 5).

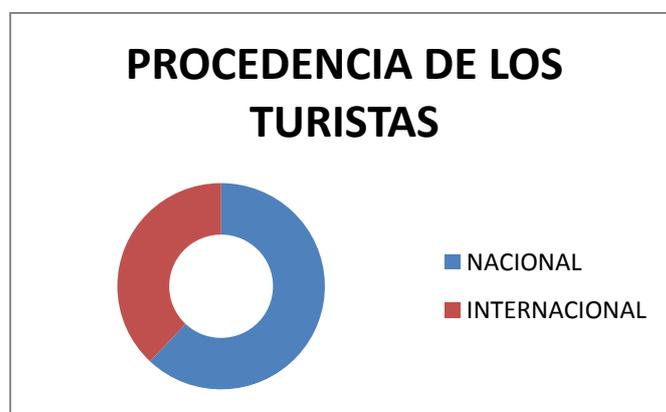


Gráfico 4: Procedencia de los turistas. *9º Boletín Informativo* (2016, p. 5)

Los diez principales mercados emisores para la ciudad en función del número de visitas/consultas son:

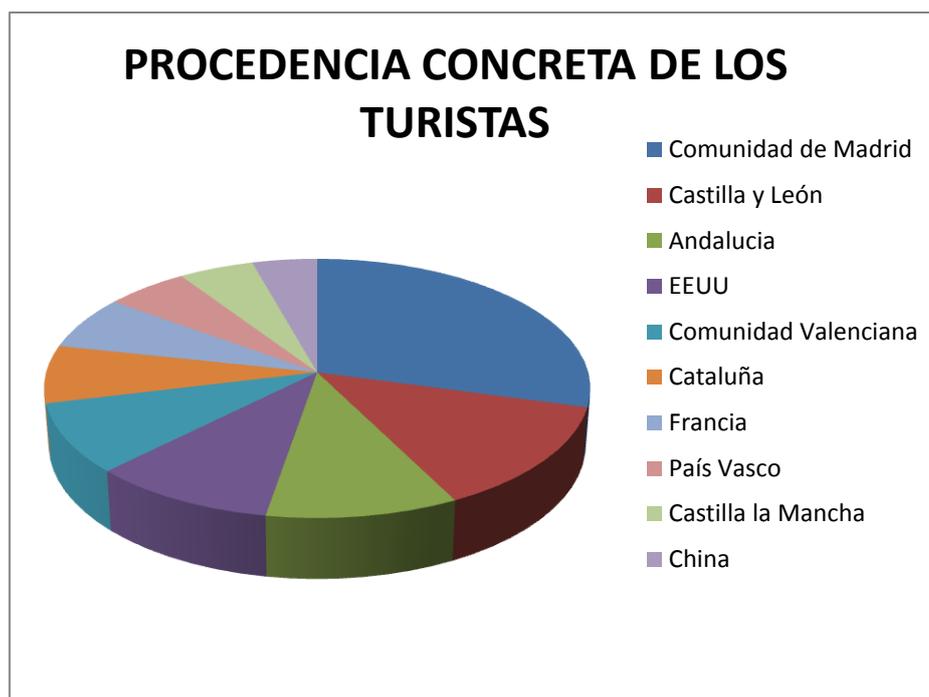


Gráfico 5: Procedencia concreta de los turistas. 9º Boletín Informativo (2016, p. 5)

3.3.6. PROYECTOS

3.3.6.1. Q DE CALIDAD TURÍSTICA

Según *www.turismodesegovia.com*, la Q de Calidad Turística Española supone un reconocimiento a nivel nacional; en toda España se pueden encontrar unos 1500 establecimientos que aseguran proporcionar productos y servicios de excelencia.

Para conseguir satisfacer las exigencias de todos los clientes, los establecimientos realizan controles de los niveles de calidad continuamente para garantizar su mejora.

Durante el año 2012, el Centro de Recepción de Visitantes y las Oficinas de Información Turística de la Estación del AVE y de la Estación de Autobuses obtuvieron esta distinción.

3.3.6.2. SISTEMA INTEGRAL DE CALIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS (SICTED)

El SICTED²⁶ es un proyecto impulsado por la Secretaría General de Turismo para lograr el aumento y homogeneización de la calidad de todos los servicios que se suministran dentro de un mismo destino turístico.

Se trata de un programa al que puede acceder cualquier empresa o servicio turístico —públicos o privados y de hasta de 30 oficios diferentes— con el fin de mejorar la experiencia y satisfacción del turista. Se trata de un sistema de mejora continua dentro del propio establecimiento y es guiado y asesorado por técnicos de calidad siguiendo una serie de requisitos que les son marcados por la Secretaría de Estado.

Huelga decir a estas alturas de nuestro trabajo que Segovia es una ciudad turística por excelencia; por ello, y desde el Área de Turismo del Ayuntamiento y a través de la Empresa Municipal de Turismo, se está trabajando en la implantación de este sistema y para este fin: ofrecer a todos sus visitantes la máxima calidad del destino. [El lector podrá encontrar en la sección de ANEXOS los establecimientos de Segovia que forman parte del SICTED.]

3.3.6.3. RASGO

Planteado por la *Red de Juderías de España*, este proyecto está basado en la excelencia de los servicios y productos turísticos que ofrecen las Juderías y persigue el fin de potenciar el turismo cultural de calidad que se apoya en el legado sefardí.

Los pilares de RASGO se centran en las 5 necesidades básicas de todo viajero:

²⁶ Información obtenida de: Calidad en Destino (<http://www.calidadendestino.es/>) (Último acceso: 11/05/2016)

CAPÍTULO 3.- LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO TURÍSTICO Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

1	Comer	R	Restaurantes
2	Dormir	A	Alojamiento
3	Encontrar Hitos de interés	S	Señalización
4	Buenas explicaciones	G	Guías
5	Participar en actividades culturales	O	Oferta Cultural

Tabla 3: Pilares de RASGO

[El lector encontrará los establecimientos participantes de Segovia en la sección de ANEXOS.]

3.3.6.4. PROYECTO JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL

El Proyecto *Jóvenes Embajadores del Patrimonio Mundial* fue creado en 2010 por la Organización de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad (OCPM)²⁷.

Durante la asamblea celebrada en Córdoba en el mes de noviembre de 2010, la Comisión de Educación y Cultura de la Secretaría Regional hace la propuesta de crear un Taller sobre Patrimonio y Juventud. Un año después, se celebró la primera reunión del Taller con la presentación de propuestas por parte de cada ciudad asistente.

El proyecto *Jóvenes Embajadores del Patrimonio Mundial* fue una iniciativa de la ciudad de Évora, elegido entre varias propuestas para ser el proyecto del Taller de Juventud y Patrimonio de nuestra Secretaría Regional.

Las ciudades que tienen implantado este proyecto son:

Aranjuez, siguiendo los pasos del proceso de implementación, lo puso en marcha a través de diferentes programas educativos europeos: *Comenius Multilateral*, *Comenius Regio*²⁸ y *Erasmus*.

Para formar a los futuros Jóvenes Embajadores se diseñó un curso de formación que contó con profesores de la Universidad Rey Juan Carlos. Los puntos principales fueron:

²⁷ La Organización de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad (OCPM) es una red mundial de patrimonio que reúne 250 ciudades que tienen en su territorio un sitio inscrito por la UNESCO en la Lista del Patrimonio Mundial.

²⁸ Comenius: (multilateral y Regio), se trata de un programa con el fin de reforzar la dimensión europea en el campo de la educación infantil, primaria y secundaria, promoviendo la movilidad y la cooperación entre centros educativos. Definición obtenida de: <http://www.oapee.es/oapee/inicio/pap/comenius.html>

CAPÍTULO 3.- LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO TURÍSTICO Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

- Presentación de la OCPM: funciones y objetivos
- Historia (Motín de Aranjuez)
- Medio Ambiente
- Turismo

Por otro lado, este programa fue presentado en centros de secundaria y dos de ellos pusieron en marcha este proyecto mientras la estancia del estudiante en el extranjero.

En 2014, **Córdoba** había puesto en marcha el proyecto en varios centros escolares de la ciudad entregando material promocional a los alumnos.

En el Taller de Juventud y Patrimonio celebrado en abril del 2014, **Évora** manifestó que la experiencia piloto vivida en la ciudad como promotora de los *Jóvenes Embajadores del Patrimonio Mundial* había sido positiva, aunque habían encontrado inconvenientes o limitaciones de continuidad al ser la Universidad una institución compleja en su organización.

En 2015 **Segovia** arrancó con este proyecto gracias a los responsables de la Empresa Municipal de Turismo. Los destinatarios vendrían a ser los estudiantes de la Universidad de Valladolid en el Campus *María Zambrano* de Segovia que hubieran resultado beneficiarios de una ayuda de movilidad *Erasmus+* para el curso académico 2015/2016.

Sintra, por su parte, empezó a llevar a cabo algunas iniciativas que giraban en torno al turismo y los jóvenes.

Granada, en el 2014, aún estaba a la espera de desarrollar y poner en marcha este proyecto. Aunque hemos realizado un rastreo para intentar proporcionar información, no hemos encontrado evidencias de que el proyecto avanzase en este destino.

Centrándonos ya en Segovia, los objetivos principales del proyecto son:

- Promover y divulgar el patrimonio, es decir, dar a conocer Segovia en todo el mundo.
- Estimular en los jóvenes el sentimiento de pertenencia al sitio declarado Patrimonio de la Humanidad.

CAPÍTULO 3.- LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO TURÍSTICO Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

- Acoger a jóvenes de otros países, proporcionándoles una experiencia enriquecedora en torno a nuestro Patrimonio.

El contenido del proyecto es el siguiente:



Figura 4: Contenido del proyecto. Fuente: modificado de: *Turismo de Segovia* (Presentación sin publicar)

El proceso de selección y formación son los primeros pasos que se tienen que dar para poder elegir a los futuros *Jóvenes Embajadores* de las ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad.

Los jóvenes beneficiarios que podrán disfrutar de este proyecto son aquellos que tienen la oportunidad de participar en un programa educativo de movilidad (*Erasmus+*, *Leonardo*, *Comenius*, etc.), es decir, aquellos jóvenes que *salen* del enclave declarado Patrimonio de la Humanidad. Se les elegirá en función de sus motivaciones tanto personales como profesionales y teniendo en cuenta sus conocimientos de inglés, ya que este será utilizado como lengua vehicular para la promoción que la *Joven Embajadora* efectúe de nuestra ciudad.

La formación del programa se hará con cursos breves el relación a: la OCPM, lugar de origen (sitio declarado Patrimonio de la Humanidad) y sobre la actitud comportamental (protocolo).

CAPÍTULO 3.- LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID Y LA CONCEJALÍA DE TURISMO DE SEGOVIA: PROGRAMAS DE FOMENTO TURÍSTICO Y ACUERDOS DE COLABORACIÓN

Tras la selección y formación, las actividades a realizar en la ciudad de destino donde se vaya a disfrutar la beca de movilidad deberán ser: ponerse en contacto, por un lado, con las autoridades y las delegaciones de turismo para promocionar su lugar de origen y, por el otro, crear contactos en la universidad de destino —ya sea profesorado o compañeros— con el fin de dar a conocer su ciudad. También se pueden realizar otras actividades que el *Joven Embajador* considere oportuno en función de la singularidad de cada sitio.

Desde la ciudad de origen habrá un seguimiento por parte de las personas responsables de este proyecto. Y al finalizar la beca se deberá elaborar una memoria que detalle todos los datos de la experiencia vivida.

Segovia pertenece a la OCPM desde 1993 y la UNESCO declaró Segovia Ciudad Patrimonio de la Humanidad en 1985. Como se ha comentado anteriormente, en el taller anual sobre Patrimonio y Juventud en el que se propusieron distintos proyectos para fomentar el conocimiento y respeto de los jóvenes hacia el patrimonio y, tras evaluar los proyectos, se decidió que la propuesta realizada por la ciudad de Évora fuese la elegida para su desarrollo. Los responsables de turismo en el proyecto (Concejala Dña. Claudia de Santos, Gerente de la EMT: Dña. Patricia Otones y dos trabajadores a su cargo: D. Juan Berdugo y Dña. Vanessa Pérez) decidieron poner en marcha este proyecto gracias a los buenos resultados que se obtuvieron en Évora.

La primera embajada que se realizó fue durante el curso académico 2015/2016 y el lugar donde se realizaron las actividades de promoción fue en Tesalónica, segunda ciudad de mayor densidad geográfica de Grecia situada al norte del país. A pesar de que Grecia no es un público objetivo de Segovia, finalmente resultó ser un buen primer destino piloto gracias al recibimiento de las autoridades y las diferentes instituciones responsables en el turismo.

A pesar de que los responsables del proyecto en Segovia sabían que era difícil captar la atención de los jóvenes, siempre tuvieron en mente la buena oportunidad que supondría para ellos, no solo por la cantidad monetaria de la beca (200€), si no por la experiencia que supone, tanto a nivel personal y profesional. Este fue nuestro caso y así pretendemos que quede evidenciado en nuestro capítulo 4.

CAPÍTULO 4

EL PROGRAMA JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL: TESALÓNICA

DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA

Antes de abordar los datos relativos a nuestra participación en el programa de la OCPM Jóvenes Embajadores del Patrimonio Mundial, nos parece de recibo aportar ciertos datos del país y la ciudad en las que se desarrollaron nuestras actividades.

4.1. GRECIA

En la zona más sureste del continente europeo podemos encontrar a Grecia o República Helénica, que forma parte de la Unión Europea desde 1981. Este país está caracterizado por su gran contenido histórico ya que data de los primeros siglos de la humanidad su desarrollo del arte y la cultura, así como su trascendencia en el tiempo.

Podría decirse que Grecia está estratégicamente ubicada entre Europa, Asia y África y comparte fronteras terrestres con:

- Bulgaria y República de Macedonia al norte .
- Albania al noroeste.
- Turquía al noreste.

Grecia está bañada por tres mares: el mar Egeo se encuentra al este; el mar Jónico se encuentra al oeste y el mar Mediterráneo se encuentra al sur; estos, a su vez, rodean sus 13.676 kilómetros de costas.

El territorio griego está formado por siete archipiélagos con unas 1400 islas, de las que 227 están habitadas. Cerca de un 80% de su relieve consta de montañas, de las cuales la más alta es el monte Olimpo, con 2917 metros de altura.

Atenas, la capital, es la ciudad más poblada del país. Otras ciudades como Salónica, el Pireo, Heraclión y Larisa son centros políticos, económicos y culturales a nivel regional.

En cuanto al idioma, la lengua oficial en Grecia es el griego moderno, aunque en las zonas fronterizas con Albania, Bulgaria o Macedonia se puede encontrar un gran número de lenguas minoritarias, circunscritas al ámbito familiar. Precisamente debido a este eclecticismo de idiomas minoritarios, el inglés se sitúa como *lingua franca* o vehículo de comunicación con visitantes al país y con otras naciones.

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA *JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL*: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA *EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA*

4.1.1. POLÍTICA Y ECONOMÍA

4.1.1.1. MARCO POLÍTICO

La forma de gobierno en Grecia está basada en una democracia parlamentaria. Hasta 1974, Grecia tuvo un régimen monárquico. Grecia es considerado un estado de derecho. A pesar de que la nación es considerada como tal, varias ONG han alertado de la situación actual de los inmigrantes y las minorías religiosas. Además, otro de los principales problemas del país es el alto nivel de corrupción, sobre todo en la policía y en el sector de los negocios.

Principales partidos políticos:

- Coalición de la izquierda radical (Syriza): partido contestatario populista de izquierda que se opone a las medidas de austeridad.
- Nueva Democracia (ND): centro derecha conservador.
- Alba Dorada (XA): partido de extrema derecha, opuesto a la inmigración.
- El Río (To Potami): centrista.
- Partido Comunista de Grecia (KKE): marxista leninista.
- Griegos Independientes (AN.EL): partido de derecha, contra la inmigración, pero económicamente cercano a la izquierda y opuesto a las reformas de austeridad.
- Movimiento Socialista Panhelénico (PASOK): socialdemócrata de centro izquierda.

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA *JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL*: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA

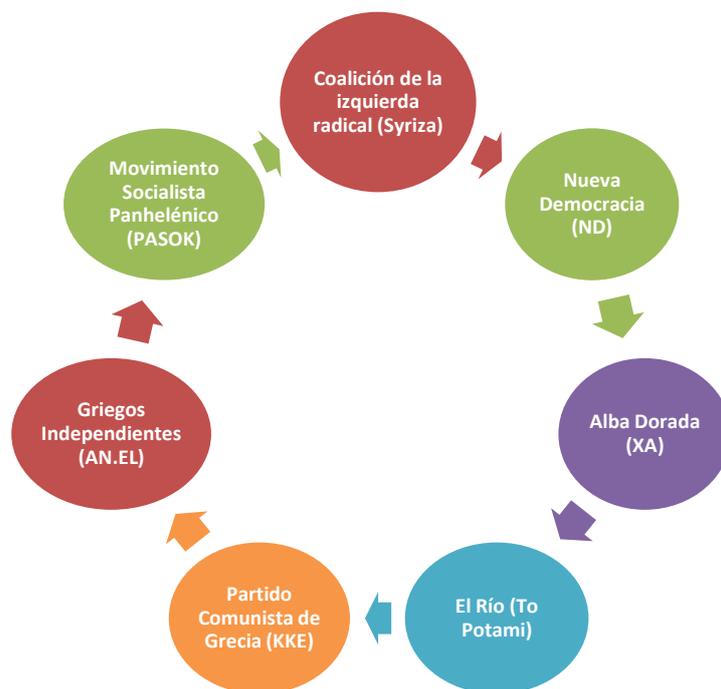


Figura 5: Partidos Políticos en Grecia. Fuente: elaboración propia

Líderes políticos en el poder:

- Presidente: Karolos Papoulias (desde 2005) – PASOK.
- Primer Ministro: Alexis Tsipras (desde enero del 2015) – SYRIZA.

4.1.1.2. CONTEXTO ECONÓMICO

Según los datos de la ONU²⁸, el PIB en Grecia se estancó en 2015 y se prevé que caerá 0,7% en 2016: esto es debido a los seis años consecutivos de recesión (2008-2013) y el crecimiento bajo en 2014.

El comienzo del 2015 fue con la llegada al poder del partido de izquierda radical Syriza, que prometió el fin de las políticas de austeridad prescritas por la Troika (Fondo Monetario Internacional, Banco Central Europeo y Comisión Europea).

El gobierno intentó negociar diferentes condiciones con los acreedores externos, que finalizaron con el referendo de julio sobre las reformas propuestas. Se llegó al

²⁸ ONU (Organización de las Naciones Unidas): se trata de una organización global que vela por el Derecho Internacional, la paz, la seguridad internacional, el desarrollo social y económico, los asuntos humanitarios y los derechos humanos. Datos obtenidos de: <http://www.un.org/es/> (Último acceso: 03/06/2016)

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA

acuerdo de un rescate bancario, que era contrario al resultado del referendo. Se establecieron medidas de austeridad como condición para un préstamo de 86 mil millones de euros. A pesar de todo, se volvieron a convocar nuevas elecciones debido a la insatisfacción popular ante el gobierno, que llevaron al poder a una coalición.

El año 2016, según el Portal del Banco Santander (<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/>) será otro año difícil para Grecia y el riesgo de bloqueo político es alto. Uno de los problemas que más preocupan es el creciente desempleo, que afecta a un cuarto de la población y a más de la mitad de los jóvenes menores de 25 años. Se prevé una mejora en 2016 y 2017.

El pasado año 2015 llegó a contemplar un déficit presupuestario de un 7,6% y una deuda pública del 180%. Las previsiones del 2016 y 2017 se ajustan a las reglas fiscales europeas, pero esto dependerá de la capacidad del gobierno para implantar las reformas necesarias. (Portal Banco Santander.

<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados>. Último acceso: 03/06/2016)

[En la sección de ANEXOS, el lector podrá encontrar una tabla con los datos de los indicadores económicos de Grecia.]

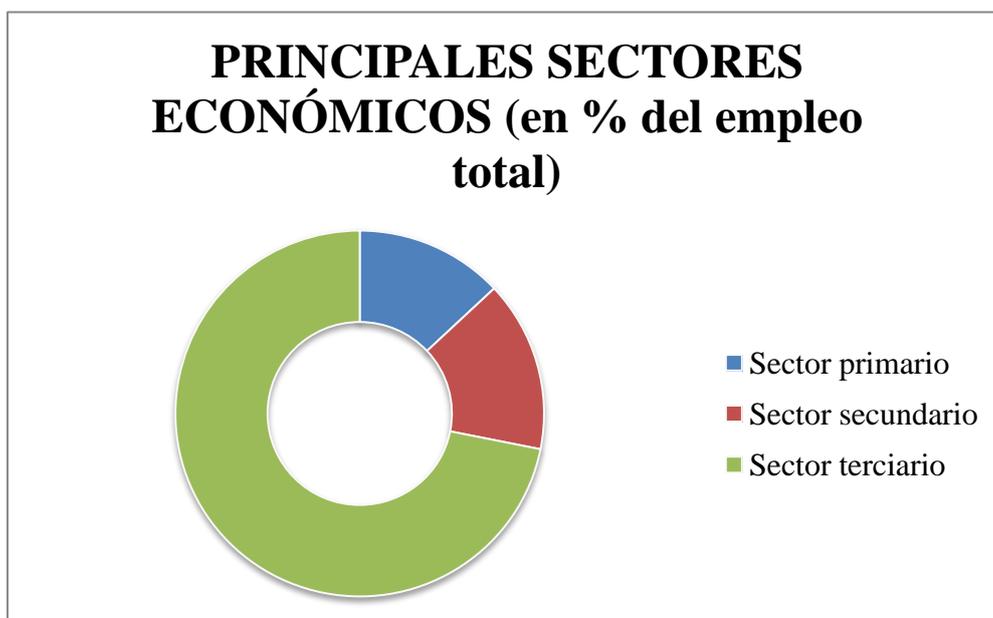


Gráfico 6: Principales Sectores Económicos. Fuente: (<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/>) World Bank, 2016. (Último acceso: 03/06/2016)

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA

4.1.2. EL TURISMO EN GRECIA

Como se ha apuntado anteriormente, el sector terciario es el que más contribuye a la economía de Grecia, contando con casi un 80% de participación.

Grecia ha tenido una contribución al PIB de un 15% en el ámbito del turismo, esto es gracias a que es considerado un destino turístico por excelencia debido a sus 13.676 km de costas y también porque se la considera *la cumbre de la historia de la humanidad*.

Según la OMT²⁹ en su documento del *Panorama del Turismo Internacional* (edición del 2015), los datos de llegadas de turistas internacionales y los ingresos del turismo internacional en los últimos años vendrían a ser los siguientes:

GRECIA	LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES							
	(1000)				Variación (%)			Cuota (%)
	2010	2012	2013	2014	12/11	13/12	14*/13	2014
	15.007	15.518	17.920	22.033	-5.5	15.5	23,0	3,8

Tabla 4: Llegadas de turistas internacionales. Fuente: OMT-UNWTO

GRECIA	INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL				
	(Millones de \$ de EEUU)				Cuota (%)
	2010	2012	2013	2014*	2014
	12.742	13.417	16.139	17.793	3,5

Tabla 5: Ingresos por turistas internacionales. Fuente: OMT- UNWTO

Como se puede observar en las tablas 1 y 2, tanto la llegada de turistas como los ingresos por turismo internacional han ido aumentando desde el 2010, superando los

²⁹ Cifras obtenidas de: *Panorama OMT del Turismo Internacional. Edición 2015.* (P. 8) Recuperado de: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875> (Último acceso:03/06/2016)

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA

22.000 visitantes en el año 2014. A pesar de la crisis económica que sufre el país, el turismo sigue siendo una fuente de ingresos, al igual que ocurre en España.

La última campaña publicitaria del turismo en Grecia, “*Greece, All time Classic*”, desea mostrar al mundo que el país es mucho más que la imagen actual de crisis económica y problemas políticos. Esta campaña intenta recuperar el desarrollo y la prosperidad, para así mejorar la reputación del país, según declaró la propia Ministra de Turismo, Olga Kefalogianni. [Recuperado de: <http://www.mfa.gr/uk/en/the-embassy/news/greece-all-time-classic-the-new-tourism-campaign-slogan.html> (Último acceso: 05/06/2016)]

Esta campaña publicitaria fue realizada y lanzada al mercado global por la Organización Nacional del Turismo de Grecia (GNTO); su secretario, Nikos Karahalios, recordó que Grecia sigue estando en el ranking de los países más visitados del mundo, ocupando el puesto número 20.



Imagen 4: All time Classic. Imagen obtenida de: <https://es.pinterest.com/pin/381891243379915986/>

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA *JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL*: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA *EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA*

4.2. TESALÓNICA

Salónica, Tesalónica o Thessaloniki es la segunda ciudad de Grecia situada al norte del país en la región de Macedonia Central.

Esta ciudad es considerada la urbe más moderna y activa de la región, con los restaurantes y hoteles más caros del norte de Grecia. A nivel turístico, proporciona la mejor oferta gastronómica, cultural, comercial y de ocio después de Atenas, si bien la atmósfera que cualquier turista podrá encontrar en esta ciudad con un millón de habitantes es mucho más relajada que la de la frenética capital del país.

Otro de los puntos a favor de la ciudad son las fáciles comunicaciones no solo con la región y las ciudades de alrededor, sino también con los países vecinos del norte de Grecia.

Cabe igualmente destacar la gran importancia que tienen las universidades, que hacen que cafeterías y restaurantes cobren vida gracias a los casi 80.000 estudiantes que suman sus cuatro universidades. La universidad más importante de Grecia es la Universidad Aristotélica, la principal en la ciudad de Tesalónica.

4.3. *JÓVENES EMBAJADORES DE SEGOVIA EN GRECIA*

El proyecto de la OCPM, *Jóvenes Embajadores del Patrimonio Mundial de Segovia*, del que hemos dado cuenta ya en nuestro capítulo anterior, llevó a cabo su primera *Embajada* en la ciudad de Tesalónica, Grecia.

Siguiendo las pautas y plazos estipulados por la Empresa de Turismo del Ayuntamiento de Segovia, solicitamos participar en el proyecto como estudiante del Grado en Turismo que cursaba el último año de la titulación en un programa de movilidad *Erasmus +*, concretamente en Grecia.

Para tal fin, enviamos una carta de presentación tanto en inglés como en español donde se detallaban las motivaciones de todo estudiante *Erasmus+*. Las preguntas que se debían responder en la carta eran:

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA

- ¿Por qué quieres formar parte en este proyecto?
- ¿Qué te puede aportar al proyecto desde el punto de vista de formación y profesión?
- ¿Qué puedes aportar al proyecto?
- ¿Qué significa Segovia para ti?
- ¿Cuál es tu destino *Erasmus* +? ¿Por qué lo has elegido?
- Fecha de inicio de la beca y duración de la misma.
- ¿Qué tipo de acciones realizarías para promocionar Segovia en tu destino?
- Conocimiento de idiomas.

A nivel de formación, este proyecto es una forma muy interesante de desarrollar las destrezas y competencias que se esperan de todo egresado en Grado en Turismo y que plantea el Libro Blanco de ANECA (2004), a saber:

- Trabajar en inglés como lengua extranjera.
- Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda o tercera lengua extranjera.
- Manejar técnicas de comunicación, orientadas hacia el ámbito interno y externo de las organizaciones turísticas.
- Trabajar en medios socioculturales diferentes.
- Conocer las principales iniciativas. de puesta en valor del patrimonio cultural—en este caso, Segovia.
- Manejar técnicas básicas de Marketing electrónico.

A través de un correo electrónico, los técnicos de la Empresa Municipal de Turismo notificaron en junio del 2015 quién sería la primera *Joven Embajadora* de Segovia el curso académico 2015/2016.

Durante los meses de julio, agosto y septiembre del 2015, se estuvo realizando un trabajo de búsqueda para posibles reuniones en Tesalónica. También se investigó acerca de las semejanzas que podrían presentar las dos ciudades y que quedarían reflejadas en el blog creado durante esos meses de verano para los res del proyecto.

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA *JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL*: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA *EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA*

A primeros de Septiembre del 2015, la Alcadesa de Segovia, Dña. Clara Luquero de Nicolás, nombró de forma oficial a la primera segoviana *Joven Embajadora* en la Sala Blanca del Consistorio. Acudieron diversos medios de comunicación, así que los habitantes de Segovia dispusieron de un conocimiento previo del proyecto en cuestión, lo cual aseguraba la total transparencia y relevancia del mismo.

En el nombramiento, la *Joven Embajadora* recibió un diploma de la OCPM agradeciendo el interés mostrado de querer promocionar Segovia en su destino *Erasmus+*.

[En la sección de ANEXOS se encuentran todos los artículos de prensa en relación al nombramiento como *Joven Embajadora*.]

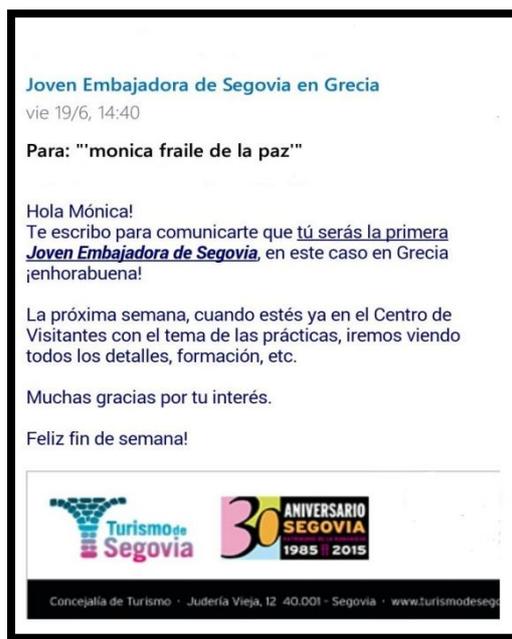


Imagen 5: Correo de confirmación de la primera embajada



Imagen 6: La Alcadesa de Segovia, Dña. Clara Luquero, hace entrega de un diploma a la primera *Joven Embajadora del Patrimonio Mundial de Segovia*, Mónica Fraile de la Paz. Fuente: www.segovia.es Último acceso: 10/06/2016

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA *JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL*: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA *EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA*

4.3.1. DESARROLLO DE LA *EMBAJADA*: FUNCIONES Y ACTIVIDADES

Durante nuestra formación para la ejecución de la actividad, fuimos informados de que requiere gran importancia saber quién es el destinatario del proyecto, es decir, a quién hay que llegar y a quién puede interesar el mismo. En el caso de Tesalónica, el programa llegó a las siguientes entidades:



Figura 6: Destinatarios del proyecto. Fuente: Elaboración propia

Fue la nuestra una labor relativamente sencilla: primero se realizaron los contactos antes de que empezáramos nuestra beca *Erasmus+*. Por lo general, los destinatarios griegos de los correos electrónicos enviados en relación al proyecto contestaron de forma interesada y receptiva a escuchar lo que pretendíamos contarles.

Una vez se llegó allí, el personal de la Empresa Municipal de Turismo envió una caja con material de promoción de Segovia con el fin de utilizarlo como medio de difusión. En el mismo se incluían mapas, folletos y libros (en inglés), chapas, pósters y todo tipo de material que habría de incluirse en bolsas corporativas cuando se realizaran las entrevistas.

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA *JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL*: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA *EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA*



Imagen 8: Algunos ejemplos de los folletos promocionales a nuestra disposición.

Fuente: www.turismodesegovia.com (Último acceso: 09/06/2016)

Los correos electrónicos para la fijación de las entrevistas con las instituciones correspondientes explicitaban quién era la *Joven Embajadora* y en qué consistía el proyecto.

Como se comentó en capítulos previos, utilizar un idioma como *lingua franca* es condición *sine qua non* para la comunicación entre dos o más personas que no hablan una lengua común. En el caso de Grecia, el inglés fue utilizado como *lingua franca* para las entrevistas que la *Joven Embajadora* tuvo en relación a este proyecto. Todos los encuentros se desarrollaron en este idioma y se basaron en la exposición de los objetivos claves del mismo y las oportunidades que Segovia tiene para los jóvenes griegos, ya que podrían desarrollar cursos de español, no solo aprendiendo el idioma, sino también la cultura y tradiciones de una ciudad que tiene más de 2000 años de historia.

Nuestra labor como embajadora en las reuniones era desglosar con el mayor detalle el proyecto de la OCPM, mostrando la ciudad de Segovia a través de presentaciones muy visuales con fotografías de la ciudad y finalizando la presentación con un vídeo promocional de la misma. Asimismo, se hacía entrega del material de promoción que hemos detallado previamente.

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA *JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL*: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA *EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA*

[En la sección de ANEXOS el lector podrá encontrar la presentación de *Power Point* que se utilizaba en las reuniones con las diferentes instituciones]

A modo de *feedback* y a través de un correo electrónico, nos comunicábamos con los técnicos de la Empresa Municipal de Turismo con el fin de hacerles saber cuáles habían sido las sensaciones en la reunión, el interés mostrado por parte del oyente y el contacto de la persona con la que deberían comunicarse si quisieran llevar a cabo este proyecto; después de todo, la verdadera función de la *Joven Embajadora* era establecer el contacto entre Segovia y las diferentes instituciones de la ciudad de Tesalónica.

4.3.2. EL BLOG

WWW.JOVENESEEMBAJADORESDESEGOVIA.WORDPRESS.COM



Imagen 9: Portada del blog. Fuente: www.jovenesembajadoresdesegovia.wordpress.com
Último acceso: 6/06/2016

Otra de las formas de comunicación no solo con los técnicos de la Empresa Municipal de Turismo, sino también con todos los segovianos y seguidores de este proyecto que habían puesto su confianza en nuestra *Joven Embajadora* se canalizaba a través del blog www.jovenesembajadoresdesegovia.wordpress.com, donde semanalmente se publicaban entre una y tres entradas con las experiencias vividas y se establecía alguna breve comparación entre Segovia y la ciudad de Tesalónica, desde los monumentos que podrían tener en común Segovia y Tesalónica hasta la comida típica de ambas ciudades.

Algunas de las entradas de cierta importancia también fueron escritas, de forma resumida, en inglés, para que no solo los segovianos leyeran las aportaciones al blog, sino también otras personas, como los compañeros procedentes de otras nacionalidades.

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA *JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL*: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA *EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA*

Algún otro ejemplo que se puede encontrar en el blog son las visitas que se han realizado a las diferentes instituciones griegas. La primera que se realizó fue la primera semana de noviembre del 2015, fecha en la que nos reunimos con el Concejal de Turismo de la ciudad de Tesalónica, Spiros Pengas. Fue la persona de más rango a la que tuvimos la oportunidad de entrevistar. Pengas mostró interés en el proyecto y nos regaló una amable sonrisa durante todo el encuentro, esperando que Segovia y Tesalónica fomentaran sus relaciones y que en algún momento se pudiera tener más contacto del que tenían en el momento de la entrevista.



El viernes me recibió Spiros Pengas. Es el representante del gobierno de Thessaloniki en relación con el turismo y las relaciones internacionales.

Estaba un poco nerviosa al principio porque era mi primera reunión acerca de Segovia, y quería dejar el listón muy alto.

Primero le estuve contando en qué consistía el proyecto de "Jóvenes Embajadores del Patrimonio Mundial". Luego le conté acerca de Segovia, cuáles eran los monumentos más importantes, porqué la había declarado Ciudad Patrimonio de la Humanidad y qué mas sitios tenía para visitar y acabar siendo un experto de Segovia.

Fue muy agradable conmigo y muy simpático. Le gustó mucho el proyecto, le pareció muy interesante esta manera de promocionar Segovia aquí en Grecia.

Meeting with Spiros Pengas

Last friday Spiros Pengas received me in the city hall of Thessaloniki. Spiros Pengas is the Tourism, International Relations & e-Governance of the city of Thessaloniki.

I was talking with him about the "World Heritage Youth Ambassadors" project. Then I gave a speech about Segovia and the best places to see and admire there.

He was really nice and kind to me. He really liked the project, he found really interesting this way to launch Segovia here in Greece

Imagen 10: Captura de una entrada del blog: "Recepción con Spiros Pengas" Fuente: www.jovenesembajadoresdesegovia.wordpress.com Último acceso: 6/06/2016

Las academias de español han sido un sector importante en este proyecto, por eso, como *Embajadora*, aprovechamos la situación de que los jóvenes griegos quieran aprender español y obtener un título como máximo en dos años. Tuvimos la oportunidad de visitar dos academias de español en la capital de Grecia, Atenas, donde

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA *JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL*: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA *EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA*

se nos recibió amablemente y acogieron con mucho interés el proyecto lanzado por la OCPM.

Promocionando Segovia en Atenas

El viernes pasado estuve en Atenas y dedique toda la mañana a promocionar Segovia en la capital de Grecia.

Primero estuve en el Instituto Cervantes. Es una institución pública que se creó en 1991 por España. Su función es la promoción y enseñanza de la lengua española y de las lenguas cooficiales y también la difusión de la cultura española e hispanoamericana. Actualmente, está presente en 90 ciudades de 43 países en los cinco continentes.



Me recibió la jefa de estudios, Sandra Rivas Agúndez, a quien le conté cómo surgió el proyecto "Jóvenes Embajadores del Patrimonio Mundial". Le pareció muy interesante, además Segovia le pareció un buen lugar para que jóvenes griegos vayan a estudiar español allí y además puedan aprender sobre la cultura y las tradiciones segovianas. De nuestra ciudad no me hizo falta contarla mucho, porque era procedente de Valladolid y conocía Segovia a la perfección.

Imagen 11: Captura de una entrada del blog: "Promocionando Segovia en Atenas" Fuente: www.jovenesembajadoresdesegovia.wordpress.com Último acceso: 6/06/2016

El centro de enseñanza de Lengua Española más importante que se visitó fue el *Instituto Cervantes*³⁰ en Atenas, donde la jefa de estudios escuchó la presentación sobre

³⁰ Instituto Cervantes: se trata de un organismo público español creado en 1991 por el Gobierno de España. Los objetivos principales del mismo son la promoción y enseñanza de la lengua española y la difusión de la cultura de España e Hispanoamérica.

Información obtenida de: http://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/informacion.htm
Último acceso: 13/06/2016

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA

Segovia y las posibilidades que podrían existir para sus alumnos griegos estudiantes de español. Se realizó el mismo proceso en la academia *Abanico*, también en Atenas y en otra dos de Tesalónica (*Muy bien* y *Cosmos Diálogos*): los jefes de estudio o directores de ambas instituciones aseguraron que mantendrían en mente el proyecto para un futuro contacto con Segovia.

Probablemente la labor más interesante que se realizó en el sector de las academias fue poder explicar el proyecto de la OCPM a los propios alumnos griegos que estaban estudiando español. Aun siendo de un nivel inicial, nos rogaron que se les explicara el proyecto en español y consideraron nuestra visita como una oportunidad de escuchar a una estudiante de su misma edad en castellano y así poder mejorar.



Enseñando Segovia en Thessaloniki

Esta acción tuvo lugar en los centros de idiomas *Galileo Galilei*, cuyo director consideró interesante que los propios estudiantes pudieran escuchar este proyecto de primera mano.

Y por último, estuve en la academia "Galileo Galilei" que está a unos 5 minutos caminando de la primera. Me recibieron con los brazos abiertos y el proyecto "Jóvenes Embajadores" les pareció por un lado, una forma muy interesante de dar a conocer una ciudad y por el otro, que los alumnos de español griegos tuvieran la oportunidad de vivir la experiencia de mejorar el español, y además de conocer todas nuestras costumbres y tradiciones.

Así que fue el dueño de la academia Giorgio Papavasileiou quien me convenció entrar a una clase con alumnos griegos aprendiendo español con un profesor de Granada. Les empecé a contar el proyecto y en qué consistía en inglés, pero me sorprendieron diciendo que preferían que les hablara en español y les contara acerca de esto y además de Segovia, que cómo era, qué cosas tenía para ver y para hacer, que diferencias había con Thessaloniki. Muchos de ellos querían solicitar una beca erasmus a España y les anime a hacerlo que fuera el país que fuera que hicieran un erasmus, que no se iban a arrepentir.

¿Y sabéis que? Estaba super contenta, fue una experiencia increíble. Cuando salí de allí me di cuenta de que estaba haciendo algo que realmente me gustaba por una ciudad tan preciosa como es Segovia.

Ya sabéis lo que dicen: "Elige un trabajo que te guste y no tendrás que trabajar ningún día de tu vida" 😊

Imagen 12: Captura de una entrada del blog: "Promocionando Segovia en Thessaloniki" Fuente: www.jovenesembajadoresdesegovia.wordpress.com Último acceso: 6/06/2016

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA

Además de publicar entradas en el blog de las entrevistas con los centros de enseñanza de lenguas y otras instituciones, se insertaron entradas donde se exponía una breve semejanza entre Segovia y Tesalónica con el fin de unir dos ciudades que, a simple vista, parecían completamente diferentes. Fue una manera de *enganchar* al lector, porque, por un lado, conocerían Grecia de nuestra mano y, por el otro, estarían aprendiendo y recordarían a Segovia.

La redacción de las entradas comparativas del blog entre Segovia y Tesalónica se realizó de forma libre, sin pautas establecidas, utilizando simplemente nuestra imaginación y el sentimiento por ambas ciudades. Se encontraron semejanzas de curiosa trascendencia. Así, por ejemplo, descubrimos que Segovia y Tesalónica ya tenían una similitud patrimonial: una muralla que cumplía la función de proteger la ciudad en tiempos de guerra. La muralla de Tesalónica o de la Muralla de la *Kastra* fue construida por orden del Emperador Teodosio (segoviano nacido en la localidad de Coca³¹).



Entonces, como os iba contando hoy he descubierto la muralla de Thessaloniki que está situada en la parte alta (en griego Ano Poli).



Las murallas de la Kastra fueron construidas por el segoviano (nacido en la localidad de Coca) emperador Teodosio, siguiendo el modelo de Constantinopla. Fueron restauradas en el siglo XV y se pueden recorrer casi completas por toda la ciudad.

Las vistas desde allí arriba son increíbles, se ve toda Thessaloniki y al fondo el mar... me he quedado realmente fascinada.

Imagen 13: Captura de una entrada del blog: “Protege lo que realmente quieres como si fueras una muralla” Fuente: www.jovenesembajadoresdesegovia.wordpress.com Último acceso: 6/06/2016

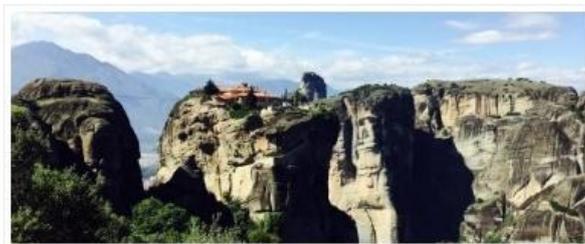
³¹ Dato obtenido de: <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/t/teodosio.htm> (Último acceso: 16/06/2016)

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA *JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL*: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA *EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA*

Otra de las comparativas establecidas a nivel cultural fue acerca de una visita a los *Monasterios de Meteora*³², claustros que se encuentran al norte de Grecia, aproximadamente a unas tres horas de Tesalónica. Estos monasterios se construyeron debido al avance del islam a partir del S.XIV; así, los monjes comenzaron a buscar refugio lejos del conflicto. Gracias a la rocosa inaccesibilidad de *Meteora*, la zona se convirtió en un escondite ideal. A los primeros monasterios solo se podía acceder mediante escaleras desmontables.



¿Sabíais que Meteora también está declarada Patrimonio de la Humanidad como Segovia?



Monasterio de Meteora

Meteora, que significa "suspendido en el aire", está situado al norte de Grecia, a unas 3 horas de Thessaloniki.

Este pasado domingo organizamos una excursión allí algunos de los erasmus y nos quedamos fascinados con el paisaje. Se trata de unos monasterios que están construidos en las cimas de las grandes rocas que conforman toda la región de Kalambaja y Kastraki.

Su historia viene desde el siglo XI, cuando los eremitas habitaban la zona. Con el paso del tiempo, los turcos aumentaron sus invasiones por toda Grecia y los monjes empezaron a buscar un escondite perfecto lejos de los conflictos.

A los primeros monasterios solo se podía acceder a través de escaleras desmontables. Con el paso de los años se empezó a utilizar un arcaico montacargas que estaba formado por redes.

Con la II Guerra Mundial, muchos de los monasterios fueron destruidos por las tropas alemanas debido a que la resistencia griega se refugió en ellos.

Imagen 14: Captura de una entrada del blog: "Suspendidos en el aire en Meteora" Fuente: www.jovenesembajadoresdesegovia.wordpress.com Último acceso: 6/06/2016

³² Miller, K et al (2012). *Lonely Planet: Grecia*. Barcelona: Geoplaneta. (Pp. 241-242)

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA

Si bien es cierto que en Segovia no se pueden encontrar monasterios suspendidos en el aire, sí se pueden encontrar monasterios como el de *Santa María del Parral*³³ o *San Antonio del Real*³⁴. El primero fue mandado construir por Enrique IV en 1447, aunque Juan Pacheco, Marqués de Villena, fue el que se encargó de la obra. Los diferentes edificios forman un conjunto monacal que están distribuidos en torno a varios claustros de diferentes estilos: mudéjar, gótico y plateresco. El segundo también fue fundado por Enrique IV en 1455. Al igual que el anterior, es un conjunto monacal que actualmente es considerado uno de los edificios más relevantes de Segovia no solo por el estilo arquitectónico, sino por el gran contenido en obras de arte que atesora en el interior.

Dejando de lado las comparativas a nivel cultural, cabe destacar otras curiosidades entre ambos países que en nuestros días como *Joven Embajadora* destacamos en alguna de sus entradas del blog: es el caso de la breve explicación de la historia del Frappe, la comida griega y la segoviana o el equipo de fútbol *Iraklis* a semejanza con nuestra *Gimnástica Segoviana*.



El Frappe³⁵ es un café con hielo recubierto con espuma elaborado a partir de un café instantáneo atomizado. Tiene su origen en la Feria Internacional del Comercio de la ciudad de Tesalónica de 1957. Entre la comida griega y la segoviana apenas hay similitudes, simplemente tienen algunos ingredientes en común ya que

ambas son conocidas como comida mediterránea.

³³ Illana Gutiérrez, L y Fernández Ferrero, A (2014). *Segovia*. España: Edilera. (Pp.130-131)

³⁴ Illana Gutiérrez, L y Fernández Ferrero, A (2014). *Segovia*. España: Edilera (Pp. 102-108)

³⁵ Información obtenida de: http://www.clubplaneta.com.mx/cocina/origen_del_frappe.htm (Último acceso: 16/06/2016)

CAPÍTULO 4.- EL PROGRAMA JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL: TESALÓNICA. DATOS EN PRIMERA PERSONA DE UNA EMBAJADA PROMOCIONAL DE SEGOVIA

4.4. CONCLUSIONES DEL PROYECTO

Ultimada nuestra colaboración con el proyecto *Jóvenes Embajadores de Segovia* de la OCPM y habiendo realizado en este capítulo una reflexión de conjunto sobre su sentido y utilidad, no podemos sino concluir que el programa puede llegar a ser de gran interés para el estudiante beneficiario de una movilidad, ya que supone toda una puesta en valor de diferentes aptitudes y competencias —en nuestro caso, las propias del Grado en Turismo—, tanto a nivel profesional como personal.

A simple vista, este proyecto está muy relacionado con la promoción turística, por lo que sería de gran interés que alumnos del Grado en Turismo o del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas lo solicitaran si disfrutaran de una beca de movilidad. Aunque, independientemente de los temas que se traten en este proyecto, también puede ser de gran interés para jóvenes que estén matriculados en otros grados impartidos en el Campus *María Zambrano*. o en el resto de los Campus de la Universidad de Valladolid, o, incluso, en otras instituciones de Educación Superior.

Desde el punto de vista profesional, el proyecto desarrollará la capacidad del alumno de trabajar en un entorno real y en situaciones empresariales, de saber manejarse frente a diferentes instituciones con la dificultad añadida de que esas reuniones serán mantenidas en otro idioma, en nuestro caso, en inglés. Esto será un breve ejemplo de lo que el estudiante puede tener que afrontar en años venideros.

A nivel personal, tener la oportunidad de protagonizar este proyecto ha supuesto para nosotros una experiencia inolvidable. Además, el Ayuntamiento de Segovia depositó en nosotros toda su confianza y nos proporcionó los medios necesarios para promocionar con éxito la ciudad en el destino *Erasmus*.

Por supuesto, como estudiante del Grado en Turismo, antigua estudiante *Erasmus+* y primera *Joven Embajadora de Segovia*, recomendamos y alentamos a cualquier alumno beneficiario de una beca de movilidad a que participe en esta iniciativa que, a buen seguro, hará que siempre tenga presente la ciudad de Segovia más allá de nuestras fronteras.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Como hemos tratado de explicar en los capítulos que componen este Trabajo de Fin de Grado, el inglés es un idioma esencial en muchos ámbitos, no solo el turístico; pero centrándonos en esta industria y su promoción, frecuentemente este es utilizado como *lingua franca*.

Las universidades que imparten el Grado en Turismo y, en especial, la Universidad de Valladolid, tratan de formar egresados competentes en todos los ámbitos de conocimiento que conforman la titulación; una de las destrezas que todo graduado en Turismo ha de demostrar es el adecuado manejo del inglés, ya que es una lengua de obligados matrícula y curso.

Para conseguir una mejora en el manejo del inglés como segunda lengua, a los alumnos que cursan el Grado en Turismo se les recomienda que cursen un año académico en el extranjero, como hemos visto en capítulos previos. Con esta experiencia, los futuros profesionales del sector no solo mejorarán en las competencias lingüísticas, sino también en las personales.

El presente Trabajo de Fin de Grado enlaza esta recomendación de movilidad estudiantil universitaria con un objeto principal de estudio: el *Proyecto Jóvenes Embajadores del Patrimonio Mundial* llevado a cabo por la Empresa Municipal de Turismo y perteneciente a la OCPM. El motivo de haber utilizado este proyecto como tema fundamental para el Trabajo de Fin de Grado recae en nuestra intención de poner en valor al mismo y de transmitir la experiencia vivida en primera persona.

Nuestra *Embajada*, Tesalónica, fue un destino piloto donde poner en marcha los conocimientos adquiridos en el Grado en Turismo: en las páginas de este TFG ha podido encontrar el lector datos de las diferentes reuniones mantenidas en Grecia para la promoción de la ciudad de Segovia, encuentros que precisaron de nuestros conocimientos de inglés. Además, con la creación del blog se tuvieron que poner en práctica los conocimientos básicos aprendidos en las asignaturas de nuestra titulación, como por ejemplo, marketing electrónico o recursos culturales turísticos.

Nuestro Trabajo de Fin de Grado no se ha basado en una mera recogida de datos que nutran un estado de la cuestión más o menos compacto: no se trata de un trabajo de documentación, sino de experimentación, y este es el motivo que explica el no muy extensa aparato bibliográfico incluido. Ha sido necesaria, eso sí, la búsqueda de

CONCLUSIONES

información actualiza en diferentes portales de Internet u organismos oficiales como por ejemplo, la situación política y económica de Grecia, que se ha explicado a través de diferentes cuadros o diagramas.

Gráficamente, podríamos resumir nuestro Trabajo de Fin de Grado del siguiente modo:



Figura 7: Resumen del trabajo. Fuente: Elaboración propia

Concluiremos nuestras páginas subrayando que la movilidad y la internacionalización son factores fundamentales que la Universidad —como institución— debe fomentar para lanzar al mercado laboral titulados brillantes, capacitados y comprometidos. Conocer otras culturas y ser capaces de transmitir la nuestra propia es básico para caminar hacia la madurez profesional. Solo podemos estar agradecidos por haber tenido el honor de ser la primera beneficiaria de un programa que aglutina estas capacidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) (2004). *Libro Blanco Título de Grado en Turismo*. Madrid: Omán Impresiones.
- Belvis Pons, E.; Pineda Herrero, P. y Moreno Andrés, M.A. (2007). La participación de los estudiantes universitarios en programas de movilidad: factores y motivos que la determinan. *Revista Iberoamericana de Educación*, 42 (P.5-7).
- Fernández Fuster, L. (1991). *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Madrid: Alianza.
- Illana Gutiérrez, L. y Fernández Ferrero, A. (2014). *Segovia*.: Edilera
- Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, 2001
- Miller, K; Armstrong, K; Averbuck, A; Clark, M.S. (2012). *Lonely Planet: Grecia*. Barcelona: Geoplaneta.
- Observatorio Turístico de Segovia (2016). Boletín Informativo, 9.
- Organización Mundial del Turismo (2015). Panorama OMT del Turismo Internacional.
- Panorama OMT del Turismo Internacional (2015) *Organización Mundial del Turismo*. Madrid: OMT-UNWTO.
- Sección de Documentos del periódico *El Mundo*: 50 Carreras (2015)

- Uriel, E. y Monfort, V. M. (Dir.). (2001). *El Sector Turístico en España*. Alicante: Caja de Ahorros del Mediterráneo.
- Vologer Ruíz, C. (1995). *Estructura y organización del mercado turístico*. Madrid: Cera.

WEBGRAFIA

- *El Adelantado de Segovia*
www.eladelantado.com
- Aprende español en Segovia
www.aprendeespanol.turismodesegovia.com.
- *Ayuntamiento de Segovia*
www.segovia.es
- *Ayuntamiento de Segovia: Concejalías*
<http://www.segovia.es/index.php/mod.pags/mem.detalle/id.10191/relcategoria.2529/area.23/seccion.43/subsec.183/relmenu.183>
- Biografías y vidas: Teodosio I el Grande
<http://www.biografiasyvidas.com/biografia/t/teodosio.htm>
- *Blog Jóvenes Embajadores de Segovia*
www.jovenesembajadoresdesegovia.wordpress.com
- *Calidad en Destino*
<http://www.calidadendestino.es/>
- *Club Planeta*
http://www.clubplaneta.com.mx/cocina/origen_del_frappe.htm

- *Culturizando: Los 10 idiomas más hablados del mundo*
<http://culturizando.com>
- *Definición.de*
<http://definición.de/promocion-turistica>
- *Educaweb: el Grado en Turismo*
<http://www.educaweb.com/estudio/titulacion-grado-turismo/#center-info>
- *Empresa Municipal de Turismo de Segovia (EMT)*
www.turismodesegovia.com
- *Estudia-ingles: las estadísticas del inglés*
<http://estudia-ingles.com>
- *The Ethnologue: languages of the world*
<http://www.ethnologue.com/>
- *Eventplannerspain.com: Glosario*
http://www.eventplannerspain.com/glosario/Es/Viaje_de_familiarizaci%C3%B3n
- *Hellenic Republic: Greece All Time Classic*
<http://www.mfa.gr/uk/en/the-embassy/news/greece-all-time-classic-the-new-tourism-campaign-slogan.html>
- *Historia y biografías: El Plan Marshall para la recuperación económica de Europa*
http://historiaybiografias.com/el_mundo05/
- *Índice del Nivel de Inglés. EF EPI 2011*
<http://www.ef.com.es/sitecore/~/~/media/efcom/epi/pdf/EF-EPI-2011-Spain.pdf>

- Índice del Nivel de Inglés. EF EPI 2015
http://mediakey1.ef.com/___/~/media/centralefcom/epi/downloads/full-reports/v5/ef-epi-2015-spanish-euro.pdf
- Instituto Cervantes
http://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/informacion.htm
- Instituto Cervantes: Diccionario de términos
<http://cvc.cervantes.es>
- Ministerio de Educación y el Organismo Autónomo de Programas Europeos (OAPE)
<http://www.mecd.gob.es/portada-mecd/>
<http://www.oapee.es/oapee/inicio/pap/comenius.html>
- Organización de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad (OCPM)
http://www.ovpm.org/es/new_home
- Organización Mundial del Turismo (OMT)
<http://www2.untwo.org/es>
- Organización de las Naciones Unidas
<http://www.un.org/es/>
- Portal del Banco Santander
<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/grecia/politica-y-economia>
- Turismo en Grecia
<http://turismo.org/grecia/>
- UNESCO
www.unesco.org

- Universidad de Valladolid

www.uva.es

ANEXOS

Mapa 1: Ranking de Universidades

RÁNKING DE UNIVERSIDADES

Nº UNIVERSIDAD	1º	2º	3º	4º	5º	TOTAL
1 Complutense de Madrid	9	3	4	7	1	24
2 Autónoma de Barcelona	3	7	5	1	2	18
3 Autónoma de Madrid	3	6	3	3	5	20
4 Politécnica de Madrid	7	5				12
5 Barcelona	4	2	5	6	2	19
6 Politécnica de Cataluña	5	4	2		2	13
7 Carlos III	3	2	4		2	11
8 Navarra	2	1	5	2	2	12
9 Politécnica de Valencia	1	3	4	1		9
10 Pompeu Fabra	4	2			1	7
11 Granada	1	2	1	1	1	6
12 Valencia		2	2		2	6
13 Pontificia de Comillas		1	3	1	1	6
14 Ramón Llull	1	1	1	2	1	6
15 Salamanca	2		1	1	1	5
16 Rey Juan Carlos	1	1	1	2		5
17 Santiago de Compostela		1	1	2	5	9
18 Sevilla		1	1	2	2	6
19 País Vasco		2		2	1	5
20 Alicante	1	1			1	3
21 La Coruña	1		1	1		3
22 Zaragoza	1		1		1	3
23 Murcia			2	1		3
24 Alcalá de Henares		1		1	3	5
25 CEU San Pablo		1		1	1	3

Nº UNIVERSIDAD	1º	2º	3º	4º	5º	TOTAL
26 Lérida			1	1		2
27 Europea			1		1	2
28 Islas Baleares	1					1
29 Gerona		1				1
30 Deusto			1			1
- Internacional de Cataluña			1			1
32 Jaume I				1	2	3
33 Málaga				2		2
34 Alfonso X					2	2
35 Burgos				1		1
- Camilo José Cela				1		1
- Córdoba				1		1
- Extremadura				1		1
- La Laguna				1		1
- Oviedo				1		1
- Pablo Olavide				1		1
- Politécnica de Cartagena				1		1
- Valladolid				1		1
44 Almería					1	1
- Cantabria					1	1
- Castilla - La Mancha					1	1
- Católica de San Antonio					1	1
- León					1	1
- Miguel Hernández de Eliche					1	1
- Pública de Navarra					1	1

Fuente: Carrasco, A. R. Vilches, I. (2015) Las 50 Carreras. *Documentos. El Mundo*. P.2

Lengua Oficial de Estudio	UNIVERSIDAD PÚBLICA																UNIVERSIDAD PRIVADA						
	Universidad de Valencia	Universidad de Girona	Universidad Complutense de Madrid	Universidad de Sevilla	Universidad de A Coruña	Universidad Rey Juan Carlos	Universidad de Valladolid	Universidad de Granada	Universidad de Alicante	Universidad de Murcia	Universidad de Málaga	Universidad de Islas Baleares	Universidad de Burgos	Universidad de La Laguna	Universidad de La Rioja	Universidad de León	Universidad Autónoma de Madrid	Universidad Europea de Miguel de Cervantes	Universidad Europea de Madrid	Universidad Alfonso X el Sabio	Universidad CEU San Pablo	Universidad Antonio de Nebrija	
Inglés	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Francés	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X				
Alemán	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X				X		X		X		
Ruso									X	X	X	X											
Italiano	X	X																					
Chino												X							X				

Tabla 1: Idiomas impartidos en las diferentes universidades. Fuente: elaboración propia



**AYUNTAMIENTO
DE SEGOVIA**

ORGANIGRAMA DEL AYUNTAMIENTO DE SEGOVIA

**APROBADO POR EL PLENO EN LA SESIÓN CELEBRADA EL
29 DE DICIEMBRE DE 2014, AC.NÚM.293/2014**

ORGANIGRAMA DEPARTAMENTAL DEL AYUNTAMIENTO DE SEGOVIA

ALCALDÍA

Gabinete de Alcaldía

Secretaría Particular

Asesoramiento especial en materia urbanística

ÁREA 1: ADMINISTRACIÓN, PERSONAL, SISTEMAS Y TECNOLOGÍAS DE LAS INFORMACIÓN

Secretaría General

Estadística y Registro General

Sección de Gobierno Interior y Personal

Sistemas y Tecnologías de la Información

Sección de Contratación y Patrimonio Municipal

Archivo Municipal

ÁREA 2: ECONOMÍA Y HACIENDA

Intervención:

Sección de Contabilidad

Sección Control Interno

Sección de Tributos

Tesorería:

Gestión Tributaria

Recaudación Ejecutiva

ÁREA 3: URBANISMO, OBRAS E INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS

ÁREA 3 A: Urbanismo

Urbanismo: Planeamiento e Ingeniería

Licencias

Disciplina

ÁREA 3 B: Obras e infraestructuras

Oficina técnica Arquitectura e Ingeniería

Obras y Servicios: Vías y Obras, Agua, Alumbrado y Mantenimiento

Medio Ambiente: Parques y Jardines y Gestión de Residuos

Inspección de Servicios

ÁREA 3 C: Tráfico, transportes y movilidad

Tráfico, Disciplina Vial y Sanciones

Transporte Público

Oficina de Movilidad

ÁREA 4: SERVICIOS SOCIALES, SANIDAD Y CONSUMO

Servicios Sociales/Sanidad

Centros de Servicios Sociales –CEAS

Consumo

Mercados

Cementerio

ÁREA 5: PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO. CULTURA, DEPORTES, EDUCACIÓN Y JUVENTUD Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

ÁREA 5 A: Patrimonio Histórico y Turismo

Patrimonio Histórico

Turismo

Casa de la Moneda

Oficina de Gestión del Patrimonio Mundial

ÁREA 5 B: Cultura, Deportes, Juventud y Educación y Participación Ciudadana

Actividades y equipamientos Culturales

Deportes

Juventud y Educación

Participación Ciudadana

ÁREA 6: SEGURIDAD

Policía Local

Pintura

Servicio de Extinción de Incendios

ÁREA 7: DESARROLLO ECONÓMICO, EMPLEO E INNOVACIÓN

Empleo

Centro Municipal CIEES¹ San Lorenzo

¹ CIEES: Se encarga de las siguientes áreas profesionales: Formación y Educación, Atención Social y Servicios al Consumidor

GUÍAS OFICIALES DE TURISMO

- Marta Rueda
- Ana Sundri
- José Antonio Salas
- Eva María Torres
- Javier Contreras
- Laura Ruiz
- Leticia M^a Hernández
- Rebeca Martín
- Mariano Carballo
- Juan Vicente Calle
- María Leiceaga
- Leticia González

MUSEOS

- Real Casa de Moneda de Segovia
- Casa-Museo de Antonio Machado
- Centro Didáctico de la Judería
- Colección de Títeres de Francisco Peralta

COMERCIOS

- *Descubre Segovia SL. Souvenir El Alcázar*

ESTABLECIMIENTOS DE SEGOVIA ADHERIDOS AL SICTED

RESTAURANTES

- Mesón *Don Sancho*
- Restaurante *Claustro*
- Restaurante Panorámico *La Postal*
- Restaurante *Duque*
- Restaurante *El Fogón Sefardí*
- Restaurante *El Hidalgo*
- Restaurante *La Codorniz*
- Restaurante *José María*
- Restaurante *La Delegación*
- Restaurante *El Secreto de San Clemente*

OFICINAS DE TURISMO

- P.I.T. La Muralla de Segovia

CONVENTION BUREAU

- *Segovia Convention Bureau*

HOTELES

- *Venta Magullo Complejo Hostelero*
- *Hotel Eurostars Plaza Acueducto*
- *Hotel Eurostars Convento Capuchinos*
- *Hotel Condes de Castilla*
- *Hotel Infanta Isabel*
- *Hotel SPA La Casa Mudéjar Hospedería*
- *Hotel San Antonio El Real*
- *Hotel Don Felipe*

TRANSPORTE TURÍSTICO

- *Autobús Turístico*

RESTAURANTES

- Restaurante *Casares*
- Restaurante *Di-Vino*
- Restaurante *El fogón Sefardí*
- Restaurante *La Huerta de San Lorenzo*
- Restaurante *la Taberna del Fogón Sefardí*

ALOJAMIENTOS

- Hostal *Fornos*
- Hostería *Ayala Berganza*
- Hotel *Infanta Isabel*
- Hotel *La Casa Mudéjar*
- Hotel *Palacio San Facundo*
- Hotel *San Antonio el Real*
- Hostal *Venta Magullo*

PROGRAMA RASGO EN LA CIUDAD DE SEGOVIA: ESTABLECIMIENTOS Y SERVICIOS

OFERTA CULTURAL

- Centro Didáctico de la Judería
- Espacio informativo de la Muralla. *Puerta de San Andrés*
- Visitas Guiadas por la Judería de Segovia y el Cementerio Judío

GUÍAS

- Alcázar Rus
- Ana Sundri
- Javier Contreras
- Laura Beatriz Ruiz
- M^a Cruz Benito
- M^a Dolores Puertas
- María del Barrio
- Marta Rueda
- Rebeca Martín

OTROS

- *Descubre Segovia SL. Souvenirs el Alcázar*

ENTREVISTA A LOS RESPONSABLES DEL PROYECTO JÓVENES EMBAJADORES DEL PATRIMONIO MUNDIAL EN SEGOVIA

(Juan Berdugo Garvía y Vanessa Pérez Esteban)

1. ¿Cómo surge la idea de introducir el proyecto en Segovia?

Como ciudad miembro de la OCPM, Segovia participó en el taller anual sobre Patrimonio y Juventud en el que se propusieron distintos proyectos para fomentar el conocimiento y respeto de los jóvenes hacia el patrimonio. Tras evaluar los proyectos, se decidió que la propuesta realizada por la ciudad de Évora fuese la elegida para su desarrollo.

Tras los buenos resultados obtenidos por Évora, se decidió poner en marcha en Segovia el proyecto a la mayor brevedad posible.

2. ¿Pensabais que podría suscitar interés a los jóvenes universitarios de Segovia?

Desde un primer momento sabíamos que es difícil captar la atención de los jóvenes, pero siempre pensamos que se trata de una oportunidad muy interesante para ellos, más que por el dinero de la beca, por la experiencia que supone. El beneficio a obtener a nivel personal y profesional es, sin duda, lo más atractivo para cualquier joven universitario que participe en el programa.

3. ¿Cuáles creáis que eran las barreras principales del programa (en el caso de Segovia y cuando se supo que la primera *Embajada* sería Tesalónica)?

En primer lugar, sabemos que la dotación económica de la beca no es alta y, en segundo lugar, el grado de implicación del joven seleccionado es siempre una incógnita. En el caso de Segovia, Tesalónica (y en general Grecia) no es uno de los públicos objetivos de la ciudad, pero finalmente resultó ser un buen primer destino piloto, consiguiendo muchas facilidades para que las autoridades locales y responsables de todo tipo de empresas e instituciones recibieran a nuestra joven embajadora.

4. Si hubiera más de dos estudiantes interesados en el proyecto, ¿cuáles serían los requisitos que utilizaríais a la hora de elegir a los futuros *Embajadores*?

Al margen del nivel de idioma y de sus conocimientos sobre la ciudad, su cultura y patrimonio, consideramos imprescindibles una serie de aptitudes y actitudes en el candidato para que desarrolle su cometido de manera satisfactoria. Así, es imprescindible que se trate de una persona extrovertida, amable, trabajadora, responsable, disciplinada, con habilidad para la comunicación y sin miedo a afrontar nuevos retos.

5. ¿Hay una segunda parte de implantación de medidas del fomento del turismo? ¿Cuáles serían las iniciativas posteriores?

Gracias a los contactos establecidos por el *Joven Embajador*, se inicia una segunda fase en la que se buscan las posibles vías de colaboración con dichos contactos en materias como el turismo idiomático.

6. Una vez realizada la primera *Embajada*, ¿vais a establecer unos objetivos concretos que hayan de ser cumplidos por los próximos *Embajadores*?

En base a los resultados obtenidos en la primera edición, se establecerán los objetivos de comunicación (calidad y número de entradas en el blog), representación (calidad y número de contactos con instituciones) y de turismo idiomático (calidad y número de contactos con profesores de español y academias de idiomas).

7. ¿Habéis pensado en contactar con algún estudiante *Erasmus* que estudie en el Campus de Segovia y que pueda promocionar a la inversa nuestra ciudad una vez regrese a su lugar de procedencia?

De momento esta opción no se va a desarrollar, aunque se mantiene como una posibilidad en el futuro (dependiendo del posible incremento presupuestario para el desarrollo del proyecto).

Tabla 1: Economía en Grecia

Indicadores de crecimiento	2012	2013	2014	2015	2016 (e)
PIB (<i>miles de millones de USD</i>)	249,66	242,31	237,97	192,98e	192,52
PIB (<i>crecimiento anual en %, precio constante</i>)	-6,6	-3,9	0,8	-2,3e	-1,3
PIB per cápita (<i>USD</i>)	22.446	21.903	21.648	17.657e	17.703
Saldo de la hacienda pública (<i>en % del PIB</i>)	-2,9	0,3	-0,9	-0,7e	-0,1
Endeudamiento del Estado (<i>en % del PIB</i>)	156,5	175,0	177,1	197,0e	206,6
Tasa de inflación (%)	1,5	-1,2	-1,5	-0,4e	0,0
Tasa de paro (<i>% de la población activa</i>)	24,4	27,5	26,5	26,8	27,1
Balanza de transacciones corrientes (<i>miles de millones de USD</i>)	-6,18	1,41	2,20	1,38e	2,98
Balanza de transacciones corrientes (<i>en % del PIB</i>)	-2,5	80,6	0,9	0,7e	1,5

Fuente: IMF – World Economic Outlook Data Base, 2015. (e): Datos estimados

Mónica Fraile de la Paz, primera segoviana embajadora del Patrimonio Mundial

La joven promocionará Segovia ante varias instituciones griegas

La alcaldesa, Clara Luquero, recibe a la joven en la Sala Blanca del Ayuntamiento

8 de septiembre de 2015



Promocionar Segovia en el exterior, su riqueza patrimonial y cultural, es una de las líneas de actuación del Área de Turismo. Para obtener los mejores resultados es importante contar con la colaboración de quienes están o van estar fuera de la capital, contar con ellos como embajadores de la ciudad, convirtiéndose en perfecto medio de difusión de la riqueza turística.

Como miembro de la Organización de las Ciudades Patrimonio Mundial (OCPM), Segovia contará con la primera joven embajadora en Grecia. Su nombre, Mónica Fraile de la Paz, estudiante del Grado de Turismo en el Campus "María Zambrano", que a partir de ahora inicia una nueva etapa en su formación gracias a la beca Erasmus en la Universidad de Tesalónica. Durante 6 meses permanecerá en Grecia y en ese tiempo promocionará Segovia ante varias instituciones helénicas.

Los jóvenes como Mónica que participan en el programa de embajadores de la OCPM se comprometen a documentarse sobre el lugar Patrimonio Mundial al que van a representar, así como a contactar con las autoridades en destino, las delegaciones de Turismo, personal docente y alumnado de las universidades donde realizarán sus estudios para realizar presentaciones y otras actividades promocionales de la ciudad a la que representan. Al final de su estancia en el extranjero, han de elaborar una memoria del proyecto.

Los jóvenes embajadores de la OCPM, en compensación por esta misión, reciben una ayuda económica de 200 euros y una distinción del Ayuntamiento de su ciudad, acreditación que Mónica Fraile ha recibido de la alcaldesa, Clara Luquero, en la Sala Blanca.

La alcaldesa, Clara Luquero, ha agradecido a la joven segoviana su interés en promocionar Segovia en el exterior y su sensibilidad ante los temas relacionados con el patrimonio de su ciudad. De hecho, esos son los dos objetivos del Programa de Jóvenes Embajadores del Patrimonio Mundial, promover y divulgar nuestro Patrimonio y estimular en los jóvenes el sentimiento de pertenencia al sitio declarado Patrimonio Mundial.



OCPM

La ciudad de Segovia es miembro de la Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial (OCPM) desde su constitución en Fez un 8 de septiembre de 1993. La OCPM reúne a las ciudades que, como Segovia, están inscritas en la lista del Patrimonio Mundial de UNESCO. Segovia fue declarada Patrimonio de la Humanidad en 1985 y justamente este año conmemora el 30 Aniversario de esta efeméride.

Mónica Fraile es la primera segoviana “Embajadora del Patrimonio Mundial”



Como miembro de la Organización de las Ciudades Patrimonio Mundial (OCPM), Segovia contará con la primera joven embajadora en Grecia.



Mónica Fraile de la Paz, estudiante del Grado de Turismo en el Campus "María Zambrano", a partir de ahora inicia una nueva etapa en su formación gracias a la beca Erasmus en la Universidad de Tesalónica. Durante 6 meses permanecerá en Grecia y en ese tiempo promocionará Segovia ante varias instituciones helénicas.

Los jóvenes como Mónica que participan en el programa de embajadores de la OCPM se comprometen a documentarse sobre el lugar Patrimonio Mundial al que van a representar, así como a contactar con las autoridades en destino, las delegaciones de Turismo, personal docente y alumnado de las universidades donde realizarán sus estudios para realizar presentaciones y otras actividades promocionales de la ciudad a la que representan. Al final de su estancia en el extranjero, han de elaborar una memoria del proyecto.

Los jóvenes embajadores de la OCPM, en compensación por esta misión, reciben una ayuda económica de 200 euros y una distinción del Ayuntamiento de su ciudad, acreditación que Mónica Fraile ha recibido de la alcaldesa, Clara Luquero, en la Sala Blanca.

La alcaldesa, Clara Luquero, ha agradecido a la joven segoviana su interés en promocionar Segovia en el exterior y su sensibilidad ante los temas relacionados con el patrimonio de su ciudad. De hecho, esos son los dos objetivos del Programa de Jóvenes Embajadores del Patrimonio Mundial, promover y divulgar nuestro Patrimonio y estimular en los jóvenes el sentimiento de pertenencia al sitio declarado Patrimonio Mundial.

El Norte de Castilla

EMBAJADORA A TIEMPO COMPLETO

NACHO BARRIO

29 diciembre 2015

En una reunión para futuros Erasmus, la segoviana Mónica Fraile entró en contacto con un proyecto que bien podría servir de estímulo. Grecia no era su primera opción de destino y, al enterarse de la posibilidad de ser embajadora del Patrimonio Mundial en Tesalónica –su futuro hogar– no lo dudó. La propuesta de la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Segovia empezó a ilusionar a la joven estudiante, que tras instalarse en tierras helenas empezó a nutrir de contenidos un blog creado al efecto (jovenesembajadoresdesegovia.wordpress.com) y planeó simultáneamente las visitas que haría con el fin de difundir los valores de la ciudad del Acueducto: «Los principales objetivos de este programa se basan en que los jóvenes segovianos tengan la iniciativa de promocionar la ciudad fuera de sus fronteras, sintiéndose identificados con ella y ofreciéndola como destino para poder aprender castellano», confirma Mónica.



De momento, la joven universitaria ya ha visitado algunas instituciones griegas, dos academias en Atenas y en Tesalónica, además de preparar para 2016 una reunión con la universidad de la ciudad griega: «Es una forma muy interesante de promocionar Segovia, te reciben con atención y les interesa lo que les vienes a ofrecer». Entre las bondades a ‘vender’, la segoviana destaca que la capital «es un buen destino para aprender el idioma, hacer prácticas o estudiar, todo dentro de una ciudad en la que te puedes desplazar de forma sencilla, te ofrece ocio a precio razonable y está muy cerca de Madrid». En esta línea agradece el apoyo y el tiempo invertido por los trabajadores de Turismo, «que siempre estuvieron para resolver todas las dudas».

La motivación fue a más y Mónica empezó a descubrir que la vida Erasmus ofrecía alternativas a la fiesta ininterrumpida: «La gente me empezó a preguntar en el blog, donde he contado las similitudes que hay entre Segovia y Tesalónica. Cuando vi que

también tenían un acueducto me quedé alucinada porque no imaginaba que se pudieran parecer», comenta en tono simpático con un café entre las manos.

Hay tiempo para todo: «Organizándome he podido sacar horas para estudiar, para escribir las entradas del blog y para salir, no me gusta la idea de llegar a un sitio con el único objetivo de estar de fiesta».

Mónica no tiene dudas: «El que vaya de Erasmus que se anime, es una experiencia que merece la pena». Habrá que esperar para ver los frutos del trabajo de una embajadora que tiene la sonrisa por bandera.

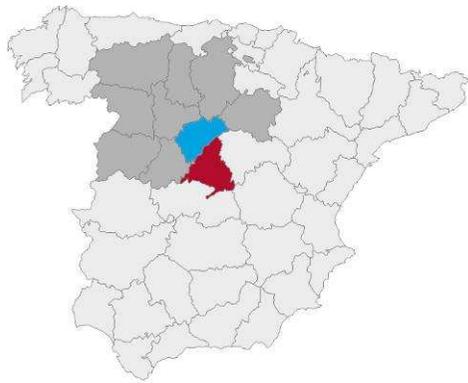
VIAJES  SEGOVIA ILUMINA EL CIELO



Segovia

World
Heritage
City

Where?

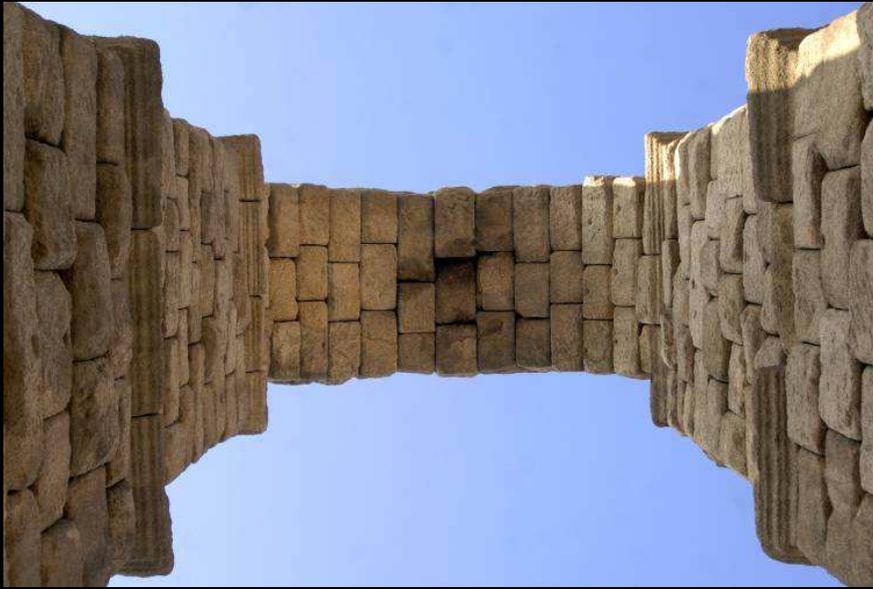


World Heritage City. Why?

Roman Aqueduct



- Symbol of the city
- Unique in the world
- The most important example of Roman civil engineering in Spain
- Built in I-II century a.D.

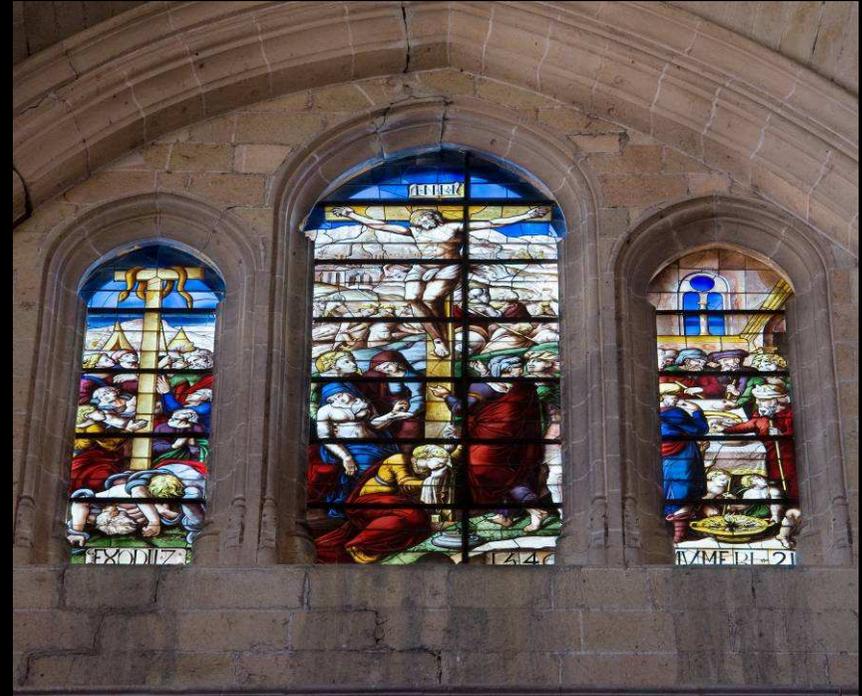


What else?

Gothic Cathedral



- Late Gothic
- Important stained glasses (XVI century)
- Located in the Main Square
- It keeps the first book printed in Spain



Even more?

Alcázar



- This fairytale castle is one of the most visited monuments in Spain
- Royal residence
- Origin of the fortress in the Roman period
- Said to be the inspiration for Walt Disney
- It seems a ship sailing between two rivers



It was just the beginning...

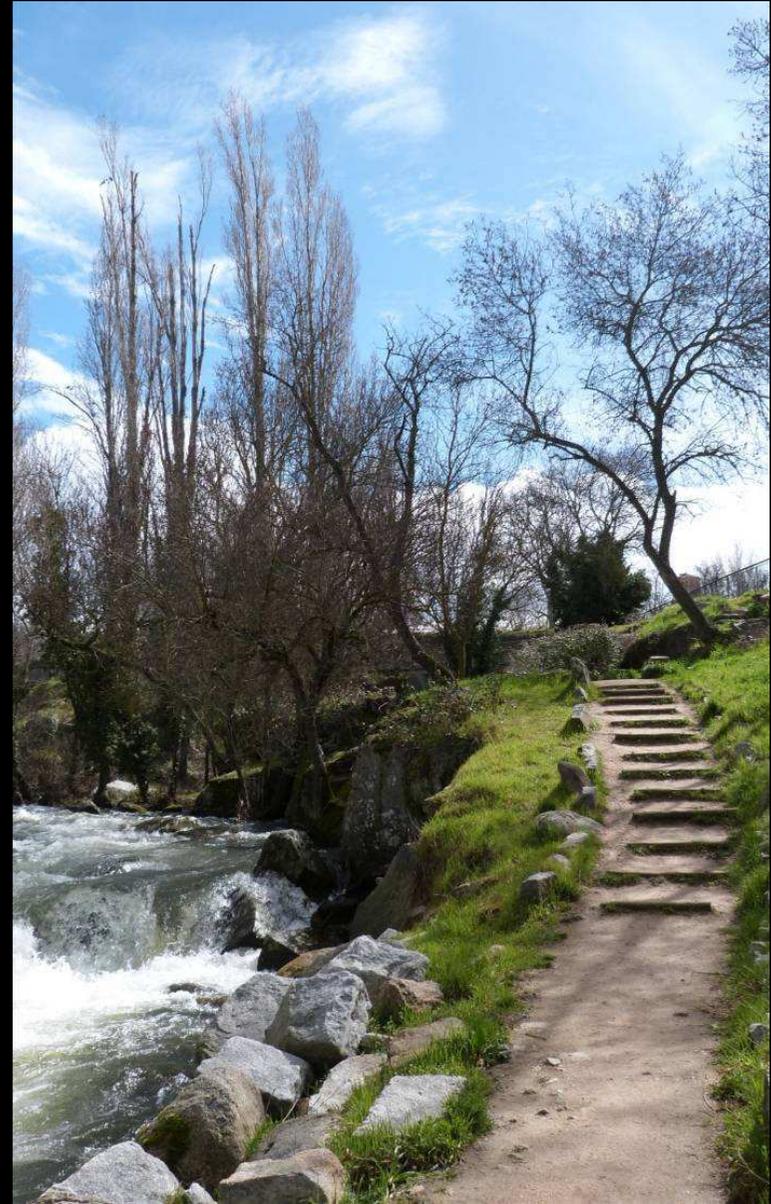
Royal Mint



Temples and monasteries



Beautiful green areas



Charming museums



Culture and festivals

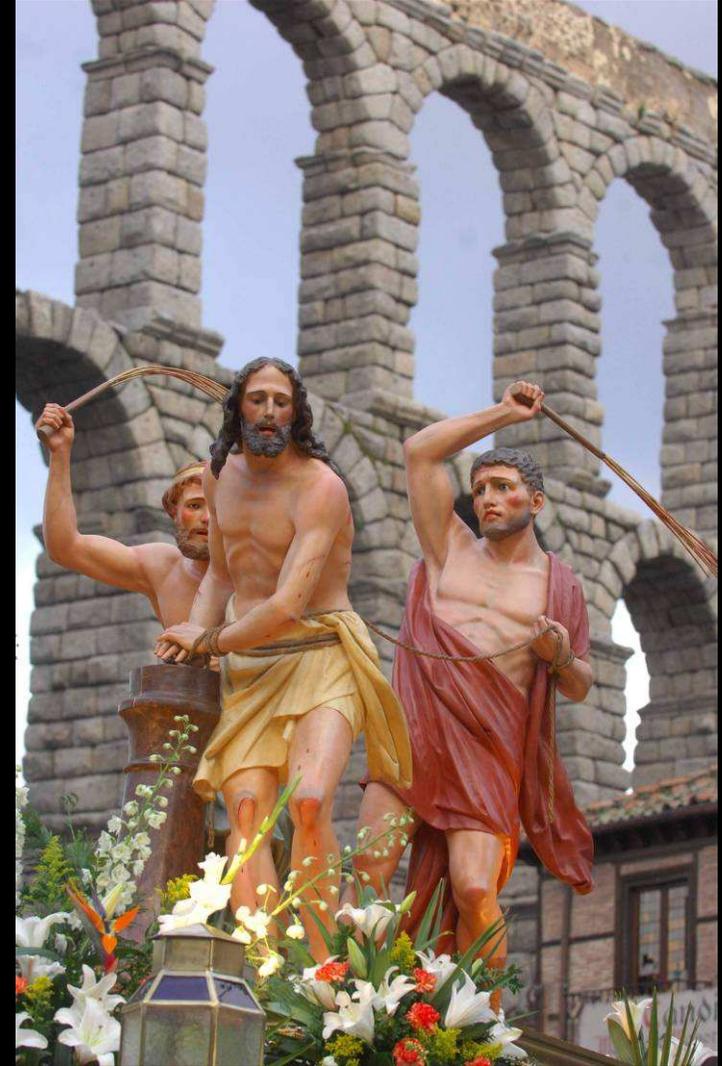
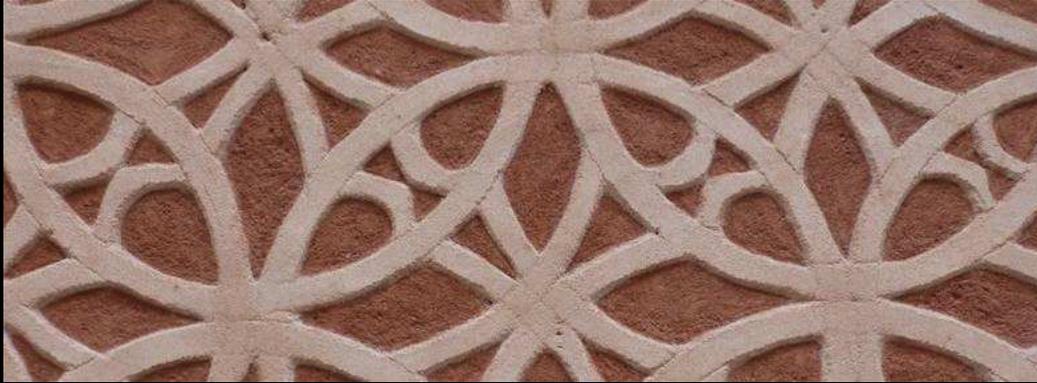


Segovian cuisine



Is that all?

Still heritage to discover...



Segovia is already waiting for you!



Segovia busca un 'Joven Embajador' que promocióne la ciudad en el extranjero

Esta iniciativa del Ayuntamiento está dirigida a universitarios que hayan obtenido una beca Erasmus para el próximo curso

Por segundo año consecutivo, el Área de Turismo del Ayuntamiento pone en marcha el programa 'Jóvenes Embajadores', una iniciativa de la Organización de las Ciudades Patrimonio Mundial, cuyo objetivo es promover y divulgar el patrimonio de las ciudades de la organización y estimular en los jóvenes el sentimiento de pertenencia al sitio declarado Patrimonio Mundial.

El programa está dirigido a los estudiantes que durante el próximo curso continuarán sus estudios universitarios en el extranjero con una beca Erasmus, como Mónica Fraile de la Paz,



estudiante del Grado de Turismo en el campus María Zambrano, que fue la primera 'Joven Embajadora' de Segovia en Grecia. Desde julio de 2015 y hasta febrero de 2016 Mónica hizo una gran labor de promoción de nuestra riqueza patrimonial y cultural en Tesalónica. Se reunió con varias instituciones públicas y privadas como el representante de turismo de la ciudad griega, el Instituto Cervantes en Atenas y varias academias de idiomas, universidades, oficinas de turismo y establecimientos turísticos. Promocionar Segovia en el exterior es una de las líneas de actuación del Área de Turismo y para obtener los mejores resultados es importante contar con la colaboración de quienes están o van a estar fuera de la capital, contar con ellos como embajadores de la ciudad, convirtiéndose en perfecto medio de difusión de la riqueza turística. Los jóvenes que quiera participar en el programa se comprometen a documentarse sobre el lugar Patrimonio Mundial al que van a representar, así como a contactar con las autoridades en destino, las delegaciones de Turismo, personal docente y alumnado de las universidades donde realizarán sus estudios para realizar presentaciones y otras actividades promocionales de la ciudad a la que representan.

TURISMO DE SEGOVIA

MEMORIA JÓVENES EMBAJADORES DE SEGOVIA

PRIMERA EMBAJADA: TESALÓNICA

MÓNICA FRAILE DE LA PAZ

2015/2016





PRIMERA EMBAJADA: TESALÓNICA (2015/2016)

1. DATOS DEL EMBAJADOR/A:

- NOMBRE Y APELLIDOS: Mónica Fraile De La Paz
- EMBAJADA: Tesalónica, Salónica, Thessaloniki
- DURACIÓN DE LA BECA: 5 MESES

2. CONTACTOS REALIZADOS:

- GOBIERNO:
 - Spiros Pengas; Representante del turismo en Tesalónica
 - *s.pengas@thessaloniki.gr*
- ACADEMIAS:
 - ATENAS:
 - Instituto Cervantes (C/Mitropoleos, 23)
 - Sandra Rivas Agúndez: Jefa de Estudios
 - *acate@cervantes.es*
 - Tlf: +30 210 3634117
 - Academia Abanico:
 - Página web: *www.abanico.gr/es*
 - Tlf: +30 210 3251215
 - Κολοκοτρώνη, 12
 - TESALÓNICA:
 - Academia Galileo Galilei:
 - *info@galileogalilei.gr*
 - Academia Muy Bien:
 - M. Carmen de las Heras
 - *muybien.gr@gmail.com*
 - Academia Cosmos Diálogos
- UNIVERSIDADES:
 - Alexander Technological Educational Institute of Thessaloniki (ATEITHE)
 - Universidad de Macedonia
 - Universidad de Aristóteles
- RESTAURANTES:
 - Tapas Bar
 - La Enye
- OFICINA DE TURISMO DE THESSALONIKI
- ONG ALTER EGO NGO
 - *dimitriostakos@gmail.com*



3. REACCIÓN DE LOS MEDIOS ANTES Y DURANTE EL PROYECTO:

- ANTES DEL INICIO DE LA BECA:
 - **Turismo de Segovia:**
<http://www.turismodesegovia.com/es/noticias/noticias-actuales/242-turismo-y-patrimonio/2079-monica-fraile-de-la-paz-primera-segoviana-embajadora-del-patrimonio-munundial>
 - **El Adelantado de Segovia:**
http://www.eladelantado.com/noticia/local/220460/la_arterania_se_reivindica_como_patrimonio_cultural
 - **Segovia al Día:**
<http://segoviaaldia.es/not/92217/monica-fraile-es-la-primera-segoviana-ldquo-embajadora-del-patrimonio-mundial-rdquo-/>
 - Radio Segovia:
<http://www.radiosegovia.com/2015/09/08/la-joven-monica-fraile-promocionara-segovia-en-grecia/>

- DURANTE LA BECA:
 - El Norte de Castilla:
<http://www.elnortedecastilla.es/segovia/201512/28/embajadora-tiempo-completo-20151228221304.html>
 - Zoquejo/Segovia Directo:
<http://zoquejo.com/not/25250/monica-fraile-relata-a-segovia-directo-cual-es-su-papel-como-primera-embajadora-de-segovia-en-grecia/>
 - RtvCyL:
<https://www.youtube.com/watch?v=J5XlZC1830E&feature=youtu.be>

4. EL BLOG JOVENES EMBAJADORES DE SEGOVIA:

- *www.jovenesembajadoresdesegovia.wordpress.com*
- ESTADÍSTICAS:
 - Visitas: Es lo que se conoce como sesión. Dura desde que un usuario llega, navega por la página, hasta que se marcha. Visitantes: Visitas de usuarios únicos
 - Visitantes
 - Vistas por visitante

	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO
VISITAS	14	0	309	1184	761	746	737	827
VISITANTES	4	0	144	674	425	342	454	532
VISTAS	3,5	0	2,12	1,76	1,79	2,18	1,62	1,55
ENTRADAS	3	0	2	6	8	5	5	6



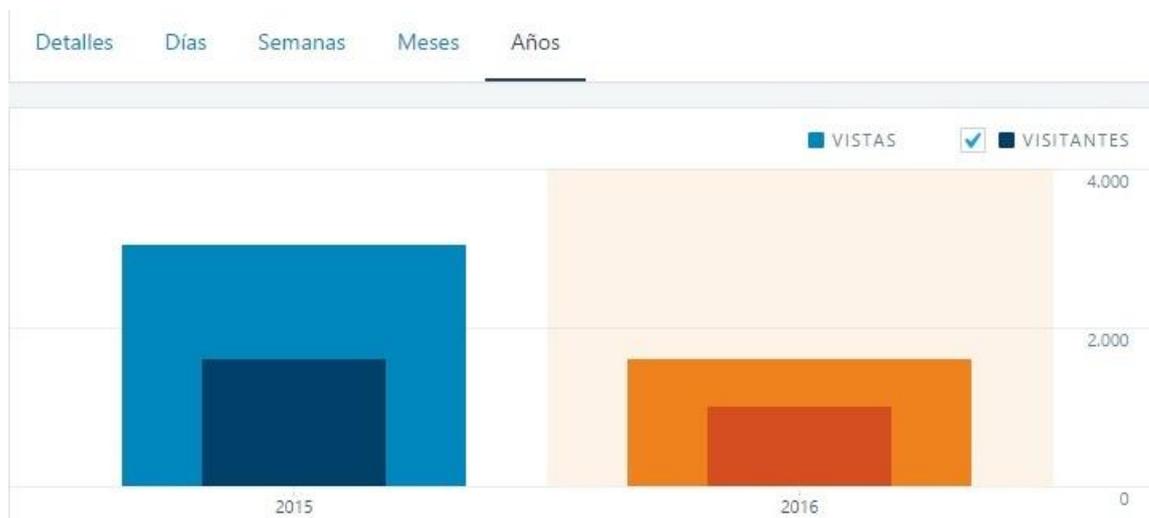
PRIMERA EMBAJADA: TESALÓNICA (2015/2016)

- POR MESES:**



- POR AÑOS:**

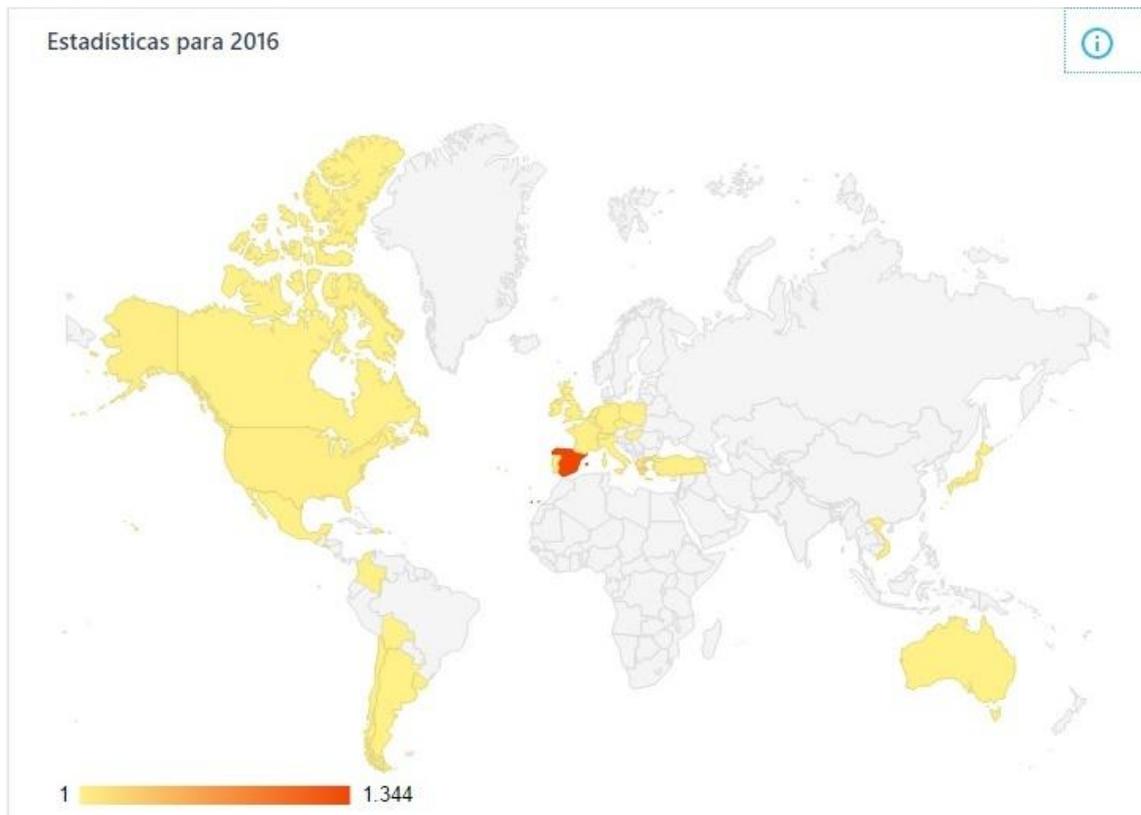
	2015	2016
VISITAS	3014	1570
VISITANTES	1591	989
VISTAS	1,89	1,59
ENTRADAS	24	11



- VISITAS AL BLOG A TRAVÉS DE:**



- PAÍSES QUE HAN VISITADO EL BLOG:



Siendo los primeros en el ranking, España, Grecia, y Estados Unidos.

