



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**Oferta turística española para alemanes**

Presentado por Vicente Moreno Fernández

Tutelado por María de la O Oliva

Segovia, julio 2014

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
---------------------------	---

### CAPÍTULO 1

#### Principales países que eligen España como destino

<b>1.1. Turistas internacionales que visitan España</b> .....	3
<b>1.2. Principales destinos españoles más visitados</b> .....	4
<b>1.3. Vías de acceso, alojamiento y forma de organización</b> .....	5
<b>1.4. Evolución del turismo internacional para el 2014</b> .....	7

### CAPÍTULO 2

#### Características del turista alemán

<b>2.1. Tendencias previsible del turismo alemán en España</b> .....	9
2.1.1. Contratación de alojamiento y tipo de pensión .....	9
2.1.2. Contratación del viaje organizado .....	10
2.1.3. Reservas directas .....	10
2.1.4. Segmentación hotelera.....	10
2.1.5. Leve aumento de la demanda.....	11
2.1.6. Los destinos competidores se recuperan.....	11
2.1.7. Problemática de la estacionalidad.....	12

2.1.8. Vacaciones preferidas por los turistas alemanes.....	12
<b>2.2. Principales touroperadores alemanes.....</b>	<b>13</b>

### **CAPÍTULO 3**

#### **Acciones promocionales realizadas por la Comunidad de Castilla y León**

<b>3.1. La importancia de promocionarse .....</b>	<b>15</b>
3.1.1. Creación del calendario de promoción 2014.....	15
3.1.2. Participación en FITUR 2014.....	17
3.1.3. Participación en la ITB de Berlín.....	19
3.1.4. GCPHE en Frankfurt en el festival de los Museos.....	20
3.1.5. Oficinas Españolas de Turismo.....	21
3.1.6. Turismo sostenible como inversión de futuro.....	

25

### **CAPÍTULO 4**

#### **Oferta turística de Castilla y León para el turista alemán**

<b>4.1. Introducción .....</b>	<b>29</b>
4.1.1. Turismo deportivo de golf.....	32
4.1.2. Turismo cultural.....	34
4.1.3. Turismo en la naturaleza.....	37
4.1.4. Turismo enológico y gastronómico.....	40
4.1.5. Otras ofertas turísticas.....	43

### **CAPÍTULO 5**

#### **Conclusiones finales**

<b>5.1. Conclusiones.....</b>	<b>47</b>
-------------------------------	-----------

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>48</b>
--	-----------

## INTRODUCCIÓN

Los turistas alemanes han ocupado el segundo puesto en visitar España detrás del Reino Unido en el año 2013. Esta es la razón por la que quiero centrar mi estudio en el mercado emisor alemán. Un mercado que tiene gran importancia en España y que creo, podría aumentar de forma escalonada en Castilla y León en el futuro.

Mi estudio se centra en los siguientes aspectos:

- Analizar el número de turistas internacionales que han visitado España en el año 2013. Para este análisis me basaré en el informe elaborado por Turespaña. También mostraré los datos de las comunidades autónomas más visitadas.
- Obtener la información de las características principales del turista alemán: cuales son las tendencias previsibles para los años venideros, qué tipo de alojamiento utilizan, como contratan su viaje y tipo de vacaciones que más les gusta.
- Presentar brevemente algunos aspectos de los países competidores más importante de España.
- Conocer algunas agencias de viajes de Alemania para saber el tipo de turista que nos puede visitar. Este conocimiento ayudará a crear una oferta amplia y variada en Castilla y León.
- Profundizar en el tipo de promociones elaborado por Castilla y León y cómo las organiza. Ver en qué eventos nacionales e internacionales ha participado o participará, si ha organizado algún evento en Alemania y, finalmente, cómo se relaciona con las entidades turísticas privadas de la comunidad.
- Resaltar la importancia del Turismo Sostenible como eje principal en el proceso de planificación turística en la región.
- Analizar la oferta turística más importante que Castilla y León puede ofrecer al turista, pero sobre todo al turista alemán. Ofrecer algunas ideas de negocio de acuerdo con el perfil de clientes analizado en el estudio de las principales agencias de viajes de Alemania.

Mis objetivos a conseguir con este proyecto son:

- Profundizar sobre la repercusión positiva que el turismo alemán puede aportar a la Comunidad de Castilla y León.

- Ofrecer a la comunidad educativa del Campus Público María Zambrano de Segovia así como a los agentes turísticos de Castilla y León, algunas sugerencias para la planificación turística en el futuro respecto al turismo procedente de Alemania.

Estoy convencido que tanto la universidad, como las autoridades locales, provinciales y autonómicas, así como los profesionales del turismo, sabrán ver con una mirada optimista lo positivo que puede ser crear una corriente turística procedente de Alemania.

Este camino es lento y cuesta ponerlo en marcha, pero sin perder la identidad de esta tierra se pueden poner en valor nuevos aspectos de la historia, naturaleza y gastronomía.



# CAPÍTULO 1

## PRINCIPALES PAÍSES QUE ELIGEN ESPAÑA COMO DESTINO

**CAPITULO 1**

**PRINCIPALES PAISES QUE ELIGEN ESPAÑA COMO DESTINO**

**1.1. Turistas internacionales que visitan España.**

En esta tabla se analiza el número de turistas que nos han visitado en el año 2013.

<b>TOTAL</b>	<b>60.661.073</b>	<b>100%</b>	<b>V. INTERANUAL</b>
<b>R. UNIDO</b>	<b>14.327.227</b>	<b>23,6</b>	<b>5,2</b>
<b>ALEMANIA</b>	<b>9.854.760</b>	<b>16,2</b>	<b>5,8</b>
<b>FRANCIA</b>	<b>9.525.432</b>	<b>15,7</b>	<b>6,9</b>
<b>PAÍSES NÓRDICOS</b>	<b>4.874.749</b>	<b>8</b>	<b>16,9</b>
<b>ITALIA</b>	<b>3.251.019</b>	<b>5,4</b>	<b>-8,1</b>
<b>PÍSES BAJOS</b>	<b>2.617.460</b>	<b>4,3</b>	<b>2,2</b>
<b>BÉLGICA</b>	<b>1.873.221</b>	<b>3,1</b>	<b>10,1</b>
<b>PORTUGAL</b>	<b>1.670.545</b>	<b>2,8</b>	<b>-8,5</b>
<b>SUIZA</b>	<b>1.487.256</b>	<b>2,5</b>	<b>3</b>
<b>RUSIA</b>	<b>1.581.785</b>	<b>2,6</b>	<b>31,6</b>
<b>IRLANDA</b>	<b>1.270.038</b>	<b>2,1</b>	<b>6,8</b>
<b>RESTO EUROPA</b>	<b>2.931.072</b>	<b>4,8</b>	<b>6,2</b>
<b>EE.UU.</b>	<b>1.194.948</b>	<b>2</b>	<b>-3,6</b>
<b>RESTO AMÉRICA</b>	<b>1.878.226</b>	<b>3,1</b>	<b>-0,3</b>
<b>RESTO DEL MUNDO</b>	<b>2.323.286</b>	<b>3,8</b>	<b>10,7</b>

**Tabla1.1.**

**Fuente: Turespaña [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)**

Para que podamos interpretar esta gráfica correctamente hay que tener en cuenta que, en la primera columna están los países emisores. En la segunda columna hablamos del número de turistas del país citado que nos han visitado. La tercera columna hace



## CAPÍTULO 1

referencia al tanto por ciento que ha alcanzado. La última columna, de variación interanual, nos marca el crecimiento o disminución que ha tenido el país emisor con respecto al año 2012. Si sumamos las cantidades de turistas de cada país sale la cifra total de turistas extranjeros, que es 60.661.073.

Se puede observar que todos los países han crecido en el número de turistas menos Italia, Portugal, EE.UU. y resto de América comparado con el año 2012.

La subida más alta con respecto al año anterior ha correspondido a Rusia y a los Países Nórdicos.

Vemos que Alemania ocupa el segundo lugar de turistas que nos visitan muy alejados de los turistas procedentes del reino Unido que ocupan el primer lugar.

### 1.2. Principales destinos españoles más visitados.

Esta tabla nos muestra las comunidades autónomas más visitadas en 2013 por los turistas extranjeros. Destacan las comunidades que tienen como principal característica el turismo de sol y playa. Madrid destaca por ser la capital de España.

TOTAL	60.661.073	100	VARIACIÓN INTERANUAL
CATALUÑA	15.588.203	25,7	8
BALEARES	11.111.328	18,3	7,2
CANARIAS	10.632.679	26,7	4,9
ANDALUCÍA	7880.090	13	4,7
C.VALENCIANA	5.971.523	9,8	11,4
C. MADRID	4.224.986	7	-5,3
RESTO CCAA	5.252.261	8,7	1,6

Tabla 1.2.

Fuente: Turespaña [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)

## PRINCIPALES PAÍSES QUE ELIGEN ESPAÑA COMO DESTINO

Lo más destacable de esta tabla es que La Comunidad Valenciana es la que más ha crecido en número de turistas internacionales con respecto al año 2012. La Comunidad que más ha descendido con respecto al año anterior ha sido Madrid.

Se puede apreciar que el resto de las comunidades autónomas comparadas con éstas reciben pocos o muy pocos turistas internacionales. Este aspecto puede ser un buen punto de partida para la subida del turismo alemán en Castilla y León.

### 1.3. Vías de acceso, alojamiento y forma de organización

Vías de acceso a España más utilizadas por los turistas:

En este apartado se detalla principalmente entradas de turistas o excursionistas a través de paso de fronteras o control de personas que pasan a España de una forma legal.

TOTAL	60.661.073	100	VARIACIÓN INTERANUAL
AEROPUERTOS	<b>48.762.921</b>	<b>80,4</b>	<b>5,6</b>
CARRETERAS	<b>10.838.329</b>	<b>17,9</b>	<b>7,3</b>
OTROS	<b>1.059.822</b>	<b>1,7</b>	<b>-12,1</b>

**Tabla 1.3.**

**Fuente: Turespaña [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)**

Como se aprecia en el cuadro, los aeropuertos son la vía de entrada a España más utilizada por los turistas y visitantes.

La utilización de la carretera ha aumentado con respecto a 2012 en un 7,3%. La explicación de este aumento se debe a que las autopistas europeas son de muy buena calidad y facilita la circulación de vehículos. Se incluye la caravana como medio de transporte, muy utilizado por los turistas europeos y que en España está creciendo notablemente.

En el apartado de “otros” están incluidas otras formas de acceso como son el tren y el barco.

Según el tipo de alojamiento:

TOTAL		60.661.07	100	VALORACIÓN
		3		INTERANUAL
HOTEL		<b>39.076.05</b>	<b>64,4</b>	<b>4,8</b>
		2		
ALOJ. HOTELERO	NO	<b>21.585.02</b>	<b>35,6</b>	<b>7</b>
		2		
VIVIENDA FAMILIARES		<b>11.707.45</b>	<b>19,3</b>	<b>5,8</b>
		7		
CASA ALQUILER	DE	<b>6.319.243</b>	<b>10,4</b>	<b>9,3</b>
OTROS		<b>3.558.320</b>	<b>5,9</b>	<b>7,1</b>

**Tabla 1.4.**

**Fuente: Turespaña [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)**

El hotel sigue siendo la forma de alojarse más utilizada por el turista extranjero. En segunda posición encontramos los alojamientos no hoteleros. Cuando se habla de alojamientos no hoteleros (diferente a un hotel), nos referimos a establecimientos turísticos destinados a proporcionar habitación o residencia a las personas. En este tipo de alojamientos están incluidos: cámpings, bungalows, villas, chalés, apartamentos, casas rurales y albergues juveniles.

Un gran número de extranjeros utilizan viviendas de familiares o amigos que residen en España. Finalmente las casas de alquiler tienen un porcentaje de uso menor.

Según la forma de organizar el viaje:

TOTAL	60.661.073	100	VARIACIÓN INTERANUAL
SIN PAQUETE	<b>42.415.409</b>	<b>69,9</b>	<b>6,8</b>
CON PAQUETE	<b>18.245.666</b>	<b>30,1</b>	<b>2,1</b>

**Tabla 1.5.**

**Fuente: Turespaña [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)**

Se observa la tendencia de que los turistas prefieren organizar su viaje sin paquete turístico. Lo organizan a través de páginas webs, blogs e información personal en destino. Aún así, sigue habiendo un número elevado de turistas que prefieren organizar su viaje con paquete turístico, acudiendo a una agencia de viajes para que les asesore e informe del destino elegido. La previsión para los siguientes años es que la organización de viajes sin paquete turístico crecerá aún más, mientras que con paquete turístico seguirá descendiendo.

#### **1.4. Evolución del turismo internacional para el año 2014.**

Los periodistas Alcelay y Pérez, (2014), destacan en su artículo el récord de turistas extranjeros en España en el año 2013 (60,6 millones) y el tercer puesto conseguido como el destino receptor en el mundo, superando a China. El objetivo para el año 2014 es el de crecer un 2%.

Alcelay et al. (2014) continúan explicando que el Gobierno, los empresarios y organismos relacionados con el sector turístico se han propuesto conseguir otro récord de entrada de turistas en España. Los datos obtenidos en el primer trimestre del año indican que el sector ha crecido un 4,2%. Los motivos de este incremento han sido el repunte del mercado nacional y el aumento del mercado internacional. Otras razones que han ayudado a conseguir este incremento de turistas internacionales en España han sido la inestabilidad política de países competidores como por ejemplo Egipto y la recuperación económica de los principales mercados emisores internacionales.

## CAPÍTULO 1

Alcelay et al. (2014) concluyen su artículo diciendo que según los datos del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, en el primer trimestre del año 2014 España recibió 10,1 millones de turistas extranjeros, un 7,9% más que en el mismo periodo de 2013. Estos datos hacen que todas las instituciones turísticas vean en 2014 otro año de aumento de turistas extranjeros.

En mi opinión este incremento de turistas extranjeros repercutirá muy beneficiosamente en la economía española porque se producirá más ingresos económicos y porque subirá las contrataciones temporales para cubrir los puestos de trabajo relacionados con el turismo.



## CAPÍTULO 2

# CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA ALEMÁN

## CAPÍTULO 2

### CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA ALEMÁN

#### 2.1. Tendencias previsibles del turismo alemán en España para el año 2014.

En este punto quiero resaltar las tendencias previstas para el año 2014. Las iré analizando en los diferentes apartados de este capítulo. Antes de hacerlo quiero centrarme en el crecimiento del turismo emisor alemán. Alemania es el país emisor número uno en el mundo, por eso es importante conocer algunos aspectos de este país en relación a los viajes: cómo viajan, dónde van, qué costumbres tienen etc. El artículo de Canalis (2014) hace referencia a las declaraciones de Arturo Claver, director de la Oficina Española de Turismo (OET) en Berlín, que dice que España ha llegado casi a los 10 millones de turistas alemanes en el año 2013. El gasto ha aumentado en un 7% con un total de 10.000 millones de Euros. Los turistas alemanes han hecho un total de 45,83 millones de pernoctaciones en hoteles españoles. Lo que significa que la preferencia de este mercado emisor es el de alojarse en hoteles. Canalis et al. (2014), resalta las declaraciones de la directora de la Oficina Española de Turismo (OET) en Frankfurt Ana Cristina Gozalo, en las que señalaba que el gasto medio de los turistas alemanes se sitúa en 987€. Gasto superior al de los turistas procedentes del Reino Unido y Francia.

##### 2.1.1 Contratación de alojamiento y tipo de pensión

Canalis et al. (2014) continúa hablándonos del tipo de alojamiento más utilizado entre los turistas alemanes. Los alemanes eligieron en 2012- 2013 el siguiente tipo de alojamiento y pensión:

- Ningún tipo de alojamiento el 9,7%: los turistas alemanes van a casas de amigos y conocidos, no utilizan ningún tipo de alojamiento hotelero.
- Alojamiento y desayuno el 12,8%: el resto de comidas del día las hacen fuera del hotel.



- Media pensión el 43,6%: el desayuno y una comida, al menos, se hacen en el hotel.
- Pensión completa el 3,4%: van incluidos el desayuno, la comida y la cena.
- All inclusive el 30,5%: paquete turístico que lleva incluido en el precio final por el uso del cliente de algunos servicios del mismo establecimiento hotelero: servicio de bar y restauración.

### **2.1.2 Contratación del viaje organizado**

Canalis et al. (2014), señala en su artículo que el paquete turístico<sup>1</sup>, sigue siendo el modo de organización de viaje más utilizado y, por lo tanto las agencias de viajes minoristas se convierten en el intermediador más importante, controlando el 32% de los viajes totales del emisor alemán.

El paquete turístico alcanzó el 42% de los viajes de más de 5 días, realizados por los turistas que vienen de Alemania.

### **2.1.3. Reservas directas**

Canalis et al. (2014) resalta el cambio estructural que se está produciendo en Alemania de reservas directas realizadas por los turistas. Este cambio favorecerá a los hoteles y las webs de viajes españolas. Las reservas online contratadas por el cliente final, que eran del 11% del total, ahora son del 31%. Por esta razón hay que adecuar estas páginas webs al idioma del país emisor.

### **2.1.4. Segmentación hotelera**

Canalis et al. (2014) destaca en esta ocasión el auge de los “llamados hoteles concepto”. Estos hoteles están orientados por sus instalaciones, servicios y marca a un sector muy concreto de clientes. Añade Canalis et al. (2014) estas palabras de Oscar Palacios, director de contratación de TUI Alemania para Canarias en la Feria Internacional de Berlín de 2014:

---

<sup>1</sup> Producto creado por las agencias de viajes en las que están incluidos en el precio el transporte, la manutención y las visitas estipuladas en el folleto de la Agencia de viajes.

“Poner la foto de un hotel de 4 estrellas en primera línea de mar en el catálogo ya no vale, hay que especificar el enfoque al cliente que tiene ese establecimiento” (p-84).

TUI es el mayor operador turístico de Alemania. Este touroperador ha conseguido introducir en sus catálogos las siguientes marcas hoteleras (hoteles concepto) en Europa:

- Sensimar: hoteles sólo para adultos, con un crecimiento del 14%.
- Magic Life: hoteles con todo incluido con actividades deportivas y lúdicas, con crecimiento del 22%.
- TUI BestFamily: para familias con niños con un 19% de crecimiento con respecto al año anterior.
- Lifestyle: hoteles modernos en zonas con un turismo consolidado.
- TUI Nature: vacaciones en la naturaleza para familias.
- TUI Scene: hoteles céntricos para un público de 30 a 45 años.

TUI ha conseguido incorporar a estas marcas 53 hoteles en España sobre todo en Baleares, Canarias y Cataluña. Es por lo que a mi parecer los hoteles de Castilla y León, e incluso los paradores deberían hacer un esfuerzo en adoptar estas nuevas fórmulas de comercialización.

### **2.1.5. Leve aumento de la demanda**

Canalis et al. (2014) informa que según los datos de GfK<sup>2</sup>, las reservas realizadas en el mes de enero en Alemania para el verano de 2014 se han incrementado un 8% con respecto a enero de 2013, y la tendencia es la de seguir creciendo. El 55% de los alemanes tienen la intención de irse de vacaciones este verano. La mayoría viajarán con el mismo presupuesto del año pasado.

Canalis et al. (2014) señala que España conseguirá ocupar otra vez el primer puesto en recibir a turistas alemanes con el 12,6%, el segundo país es Italia con el 7,6% , seguido de Turquía con el 7,4% y de Austria con el 5,9%.

### **2.1.6. Los destinos competidores se recuperan**

---

<sup>2</sup> Es la compañía de investigación de mercados más grande de Alemania.

Otro aspecto a tener en cuenta en las previsiones del turismo alemán es la de analizar los destinos competidores de España.

El artículo de Canalis et al. (2014) resalta que el turista alemán quiere viajar a otros países diferentes en el futuro, y la demanda normal se recupera rápidamente en el momento que los países receptores dejan de tener complicaciones para viajar a ellos. Por esta razón, Grecia va a crecer al recibir más turistas alemanes en 2014. Se cree que en la temporada alta de verano Grecia y Turquía competirán duramente con España por el mercado emisor alemán.

### **2.1.7. La problemática de la estacionalidad**

Canalis et al. (2014) resalta las palabras de Pablo Caspers, vicepresidente de Airberlin, en las que dice que las frecuencias de vuelos descienden considerablemente en la temporada baja, sobre todo en Baleares. El fallo está en una mala comunicación al poner en valor los atractivos que el archipiélago puede ofrecer en invierno. Estos aspectos fallan sobre todo en la búsqueda por internet: “En Google Alemania, cuando buscas viajes de golf, shopping, actividades,... apenas ves presencia de destinos españoles” (p-85).

### **2.1.8. Vacaciones preferidas por los turistas alemanes**

Canalis et al. (2014) destaca el estudio de la GfK, en el que detalla el tipo de vacaciones que eligen los turistas alemanes en España. Los alemanes eligen el siguiente tipo de vacaciones en España:

- Turismo urbano: se buscan visitas culturales, museos, monumentos de reconocido prestigio, compras, restauración etc. El porcentaje obtenido es del 6%.
- Sol y playa: este tipo de turismo es el que más buscan los turistas alemanes en nuestro país. El porcentaje es del 63%.
- Campo y montaña: tiene poca importancia en nuestro país, con el 2% del total.

## CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA ALEMÁN

- Turismo activo de nieve y deportivo: Aunque tiene poco peso específico, puede servir como oferta complementaria al turismo de sol y playa. Alcanza el 5%.
- Circuitos: los alemanes prefieren viajar más por su cuenta que en viajes organizados, obteniendo estos circuitos un 5% del total.
- Otro tipo de vacaciones: turismo de negocio, de congresos, llegando al 19% del total.

### 2.2. Principales touroperadores alemanes.

En este apartado quiero presentar algunos touroperadores alemanes para conocerlos, y poder tener un punto de encuentro con ellos en un futuro no muy lejano en ferias internacionales de turismo, Workshops y otras actividades de promoción turística celebradas en España, Alemania o en cualquier otro país europeo. Una relación comercial fluida con las agencias de viajes y touroperadores alemanes puede ser el comienzo de un futuro esperanzador con un aumento de la corriente turística alemana hacia la Comunidad de Castilla y León.

Este listado de touroperadores sería un primer paso para contactar con estas empresas con la posibilidad de ir aumentando los contactos con otras agencias según conozcamos mejor el mercado alemán.

Los principales touroperadores, según [www.vistcyprus.com](http://www.vistcyprus.com) son:

- *TUI*: es el grupo más importante de viajes en Alemania y uno de los más importantes de Europa. Tiene variedad de productos y marcas hoteleras. Posibilidad de turismo de congresos y eventos.
- *Bayerisches Pilgerbüro*: agencia que organiza viajes religiosos y culturales para centros educativos, asociaciones, diócesis etc.
- *Biblische Reisen*: esta agencia organiza viajes para grupos de estudiantes, asociaciones y empresas. Ofertan viajes culturales y religiosos, siempre vinculados entre sí.

- *Classic Golf tour*: empresa que organiza paquetes y viajes a la medida relacionados con el deporte del golf.
- *DERTOUR*: Dertour tiene una gama de ofertas que va desde el turismo activo hasta el turismo cultural.
- *Freizeitreisen KG*: organiza viajes a precios muy competitivos. Tiene una amplia variedad de tipos de viajes.
- *Hellas Reisen*: esta agencia organiza viajes tematizados relacionados con la gastronomía, vinos, cultura etc.
- *Kultour-Kontor Konsulation GmbH*: sobre todo organiza viajes de estudiantes de instituto y universitarios.
- *RSD Reise Service Deutschland*: su negocio principal va dirigido a estudiantes y tercera edad.
- *SKR Studien-Kontakt- Reisen*: Organiza sobre todo viajes de estudiantes.
- *Voni Touristik*: destaca sobre todo por organizar viajes para personas con movilidad reducida.
- *Wikinger Reisen*: Esta empresa organiza viajes individuales y de grupo. Los productos principales son de aventura. Tiene experiencia en España con turismo activo, senderismo y naturaleza en la zona de Asturias y Pirineos.
- *Der Touristik GmbH*. Es un gran grupo turístico. Crea viajes a medida, individuales y para grupos. Busca destinos novedosos entre los que destacan los culturales de naturaleza, deportivos...
- *Golfcultour GmbH*: organiza viajes individuales y de pequeños grupos. Buscan campos de golf desconocidos si el cliente así lo solicita, pero su gran objetivo es combinar el deporte del golf con actividades culturales.

## CAPÍTULO 3

# ACCIONES PROMOCIONALES REALIZADAS POR LA COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN

## CAPÍTULO 3

### ACCIONES PROMOCIONALES REALIZADAS POR LA COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN

#### 3.1 La importancia de promocionarse.

La importancia de dar a conocer los productos turísticos como los que ofrece la Comunidad de Castilla y León, debe ser un objetivo principal para los responsables políticos y profesionales de turismo en esta Comunidad. Gastronomía, cultura, naturaleza, ciudades patrimonio, fiestas y tradiciones de interés turístico internacional, eventos culturales, leyendas, castillos, reyes, musulmanes, judíos, cristianos, escritores... Son algunos de los variados recursos que Castilla y León puede poner en valor para el turismo emisor.

##### 3.1.1. Creación del calendario de promoción 2014

En este apartado se puede ver todas las ferias nacionales e internacionales en la que ha participado y participará la Comunidad de Castilla y León durante el año 2014. La Comunidad creó, a través de su página web, [www.turismocastillayleon.com](http://www.turismocastillayleon.com) (2014), el calendario de las ferias de turismo que se detalla más abajo. Con este calendario se da opción a todas las empresas turísticas privadas de Castilla y León a inscribirse para coordinarse y participar en la feria elegida y obtener mejores resultados. Esto no significa que cada entidad privada no pueda organizar otras actividades de promoción por su cuenta.

Según este calendario Castilla y León puede participar en España en las siguientes ferias:

FITUR: Madrid, del 22 al 26 de enero.

NAVATUR: Pamplona, del 21 al 23 de febrero.

FIO: Monfragüe, (Extremadura), del 28 al 02 de marzo.

SEVATUR. San Sebastián, del 14 al 16 de marzo.

MADRID GOLF. Madrid, del 20 al 23 de marzo.

### CAPÍTULO 3

SITC: Barcelona, del 04 al 06 de abril.

EXPOVACACIONES: Bilbao, del 09 al 11 de mayo.

NATURIVA: Madrid, del 21 al 23 de noviembre.

INTUR: Valladolid, del 27 al 30 de noviembre.

Ferías en las que puede participar Castilla y León fuera de España:

SALÓN DE VACACIONES: Bruselas, del 06 al 10 de febrero

ITB: Berlín, del 05 al 10 de marzo.

MITT, Moscú, del 19 al 22 de marzo.

MUNDO ABREU: Lisboa, del 05 al 06 de abril.

IMEX: Frankfurt, del 20 al 22 de mayo.

BIRDFAIR: Rutland, (Reino Unido), del 15 al 17 de agosto.

ABAV: Sao Paulo, del 24 al 28 de septiembre.

IFTM TOP RESA: París, del 23 al 26 de septiembre.

TTG: Rímini, del 09 al 11 de octubre.

WTM: Londres, del 03 al 06 de noviembre.

EIBTM: Barcelona, del 18 al 20 de noviembre.

Otros eventos de promoción en los que participará Castilla y León.

Mercado de Contratación Eventos Culturales y Enogastronomía, en Aranda de Duero, el día 29 de mayo.

Mercado de Contratación de Turismo Rural, Activo y de Naturaleza de Castilla y León, Segovia, el día 2 de octubre.

Jornadas Directas en China, del 31 de marzo al 03 de abril.

Quiero destacar la importancia de realizar una política turística común liderada por la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León, de modo que todas las empresas turísticas privadas puedan verse favorecidas por esta gestión y obtener finalmente buenos resultados en el aumento de la corriente turística extranjera a esta comunidad.



### **3.1.2. Participación en FITUR 2014.**

En FITURNEWS/Protagonistas en FITUR (2014), Alicia García, Consejera de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León declaraba, “Acudimos a FITUR destacando la intensa programación cultural de la Comunidad durante todo 2014”.

La consejera recalca la buena aceptación de Burgos como capital española de la gastronomía en 2013. También resaltaba la creación de un Plan Estratégico de Turismo Gastronómico para poner en valor los productos gastronómicos de Castilla y León.

Alicia García presentaba como productos estrella para el año 2014 el Camino de Santiago Francés, la Ruta de Isabel o la de Santa Teresa de Jesús en su V centenario de su nacimiento.

La oferta que presentaron en FITUR 2014 fue la siguiente:

- Conmemoración del Camino de Santiago Francés.
- Los 25 años del descubrimiento del yacimiento de Siega Verde. Se encuentra entre las poblaciones de Serranillo y Martillán en la provincia de Salamanca.
- Los 100 años de la finalización de las obras del Palacio de Astorga de Antoni Gaudí.
- Edades del Hombre con el título de Eucaristia, que se celebra en Aranda de Duero.
- Festivales en las ciudades Patrimonio de la Humanidad.
- La gastronomía de Castilla y León como eje unificador de todas estas actividades culturales.

Al mismo tiempo, según la consejera, además de la promoción se hará un esfuerzo en la comercialización, disponiendo de un espacio comercial de aproximadamente 100 metros cuadrados en el pabellón 8. En este pabellón los empresarios de la comunidad podrán comercializar productos y servicios con operadores y agencias de viajes nacionales e internacionales.

En el artículo “Castilla y León acude a FITUR con una apuesta decidida por la comercialización”. *tribunasalamanca.com* (2014), se hace eco de las palabras de la consejera de Cultura y Turismo, Alicia García, en las que destaca que pretende

aprovechar FITUR para desarrollar el aspecto comercial, en el pabellón 8 dedicado a empresas. En este espacio comercial participaron el año pasado 38 empresas, asociaciones empresariales y los diferentes patronatos de turismo de las provincias que componen la comunidad. Este año 2014 han participado 47 entidades con un incremento del 23,7%. Se esperaba superar el medio millar de contactos profesionales.

La Feria es un encuentro fundamental para Castilla y León y se han propuesto cuatro objetivos fundamentales:

- Equilibrio entre la promoción de destino y la comercialización de producto.
- Apoyo a la comercialización turística.
- Impulso a la internacionalización.
- Desarrollo de una política con visión global.

Otra de las iniciativas propuestas por la consejería es la de participar en el IV Workshop Hosted Buyers, [www.ifema.es](http://www.ifema.es) (2014), celebrado el día 23 de enero en el que los diferentes coexpositores regionales realizaron negociaciones con 200 compradores internacionales.

El funcionamiento de este Workshop, según IFEMA\_FITUR, es el siguiente:

- La participación es gratuita.
- El comprador invitado (Hosted Buyer), manda a la organización los datos de su empresa.
- Este informe se envía a los expositores y coexpositores inscritos en el workshop para que seleccionen a los Hosted Buyers que crean oportuno.
- Al mismo tiempo Fitur envía a los Hosted Buyers el perfil de los expositores y coexpositores para que seleccionen aquellos en los que estén interesados.
- La organización realizará un cruce de preferencias y lo hará bajo estos criterios: en primer lugar, comprador y expositor/coexpositor tienen interés mutuo. El segundo criterio es que el comprador desea tener una cita con el expositor/coexpositor, y el tercer criterio es que el expositor/coexpositor quiere ver al comprador.

- La agenda de citas resultante se enviará a los participantes una semana antes de la celebración de los workshops.

Finalmente la consejera destacó su estrategia en los mercados consolidados para Castilla y León: Francia, Portugal, Reino Unido, Italia, Alemania, Países Bajos, Bélgica y EEUU, además de otros mercados emergentes como Rusia, Japón, China o Brasil.

Podemos apreciar en este apartado el gran esfuerzo realizado por la Consejería de Cultura y Turismo de Castilla y León en llevar su oferta a FITUR a todos los países posibles, potenciales clientes en el futuro, para que sea conocida y se pongan en marcha futuras propuestas de negocio.

### **3.1.3. Participación en la feria ITB de Berlín.**

El artículo de [ruralempresarial.com](http://ruralempresarial.com)<sup>3</sup> (2014), exponía que Castilla y León participaría en la ITB de Berlín (feria internacional de turismo de Berlín), celebrada entre el 5 y el 9 de marzo de 2014. El objetivo propuesto en esta participación era consolidar la estrategia de internacionalización. La principal razón de esta estrategia es que Alemania es el cuarto país emisor extranjero más importante en la Comunidad, después de Francia, Reino Unido y Benelux.

Castilla y León recibió en 2013 un total de 114.252 turistas alemanes con un aumento significativo del 4,45%.

El mercado alemán en Castilla y León repercutirá en productos que tienen que ver con la cultura y la religión, sobre todo en la Semana Santa, el Camino de Santiago, el turismo rural, la naturaleza y la enogastronomía. También se promocionaron en la ITB de Berlín: la exposición de las Edades del Hombre en Aranda de Duero, la conmemoración de Santa Teresa de Jesús y el XX aniversario de la concesión al Camino de Santiago Francés como Bien Patrimonio Mundial.

Continúa el artículo de [ruralempresarial.com](http://ruralempresarial.com) diciendo que la Junta participó en la ITB de Berlín con un mostrador para informar a los visitantes y con una mesa de trabajo dentro del pabellón de Turespaña. La representación en esta ocasión fue de ocho empresarios de los sectores de hostelería, bodegas y agencias de receptivo de la Comunidad. Estas

---

<sup>3</sup>Es una Plataforma para el desarrollo Rural sostenible promovida por Cidecot SLU, una entidad colaboradora del grupo de trabajo de la universidad de Kansas como centro colaborador de la Organización Mundial de la Salud en las áreas de Promoción del Desarrollo Sostenible y la Salud en las Comunidades.

empresas fueron: Adesum Travel, Tempo Tours, Veronia Tours, Hacienda Zorita, Artheus Hotels, Hotel Spa Convento Santa Clara y Viamar Autocares, y también asistieron responsables de Paradores.

Continúa el artículo de [ruralempresarial.com](http://ruralempresarial.com) explicando que en el Instituto Cervantes de Berlín se hizo un acto de promoción directa, realizando una presentación del destino el día 4 de marzo en su sede berlinesa.

En colaboración con las tres Oficinas de Turismo en Alemania, el 6 de marzo se realizó un encuentro profesional en la sala de reuniones de Turespaña, para facilitar contactos comerciales entre empresarios de la Comunidad y operadores alemanes.

Se promocionó principalmente la enogastronomía de Castilla y León en diferentes eventos organizados con degustaciones de productos y vinos de las diferentes denominaciones de origen.

En el artículo “Castilla y León acude a la ITB de Berlín para consolidar su estrategia de internacionalización” [ileon.com](http://ileon.com) (2014), dentro de la agenda de encuentros profesionales hubo reuniones de trabajo con los principales operadores del mercado alemán, como DER Touristik (líder en turismo para viajes individuales). Este operador alemán ya están programando Ciudades Patrimonio entre las que se encuentran las de Castilla y León. Otras mayoristas que asistieron fueron: Studios, líder de turismo de grupo; HRS, central de reservas líder en Alemania; Ibero Tours, representantes de paradores en Alemania; Gebeco/Dr.tigges, con especialidad en turismo cultural y Camino de Santiago; Mondius y VinTours, que se dedica sobre todo al turismo enológico; Goeuro, turismo para individuales y Alegro Reisen que organiza viajes culturales y gastronómicos. De estos encuentros saldrán muy posiblemente futuros circuitos para grupos y ofertas individuales en Castilla y León para el turista procedente de Alemania.

### **3.1.4. GCPHE en Frankfurt en el festival de los Museos**

Según la nota de prensa de [www.ciudadespatrimnio.org](http://www.ciudadespatrimnio.org) (2013), el GCPHE<sup>4</sup> participó en la segunda edición de “Spanien am Main”, en el Festival de los Museos (*Museumsumferfest*), del 23 al 25 de agosto en Frankfurt (Capital financiera de Alemania). Este evento fue organizado por Turespaña a través de la Oficina Española de Turismo en Frankfurt.

---

<sup>4</sup> Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad Españolas

Este festival es de los eventos más importantes celebrados en Europa. Aquí se puede ver todo lo relacionado con el arte, la cultura, hay espectáculos y degustación gastronómica. El Festival de los Museos se celebra a lo largo de la rivera del río Main y es visitada aproximadamente por tres millones de personas.

La campaña promocional de Turespaña contó con la colaboración y el patrocinio de Banco de Santander. Asistieron con el GCPHE las comunidades de Andalucía, Baleares, Extremadura, Galicia, Cataluña y Madrid. También participaron el Instituto Cervantes la compañía aérea Lufthansa.

El objetivo principal de su participación es porque los turistas alemanes cada vez están más interesados en el turismo cultural y de interior, además del ya consolidado de sol y playa.

El Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España es una asociación sin ánimo de lucro. Se fundó en 1993 para actuar de forma conjunta en defensa del patrimonio histórico y cultural y la promoción turística de todas las ciudades que la componen y que fueron incluidas en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO.

Estas ciudades son.

Alcalá de Henares, Ávila, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona y Toledo.

### **3.1.5. Oficinas Españolas de Turismo.**

En la página oficial de Turespaña, [www.tourspain.es](http://www.tourspain.es) (2014), encontramos una definición de Turespaña:

“Es el organismo nacional de Turismo responsable del marketing de España en el mundo y de crear valor para su sector turístico impulsando la sostenibilidad económica, social y medioambiental de los destinos nacionales”

Tiene como misión el apoyo del turismo español en el extranjero apoyándose en entidades públicas y privadas. Dentro de las entidades públicas estarían los organismos de las comunidades autónomas y de las entidades privadas, todas aquellas empresas que por su negocio están relacionados con el turismo.

Siguiendo con los datos obtenidos en la página oficial de Turespaña [www.tourspain.es](http://www.tourspain.es) (2014) nos dice que para llegar a los mercados emisores internacionales, Turespaña tiene una red de Oficinas o consejerías distribuidas en el extranjero. El

### CAPÍTULO 3

número total de Oficinas es de 33. Estas 33 Oficinas organizan eventos para que las comunidades autónomas puedan asistir siempre y cuando cumplan los requisitos exigidos por la organización. En muchos de ellos ha participado la Comunidad de Castilla y León.

Las 33 Oficinas en el exterior están clasificadas en 8 áreas:

- Norteamérica
- Iberoamérica
- Europa del Norte
- Europa Central
- Europa del sur, Mediterráneo y Oriente Medio
- Europa del este
- Asia- Pacífico (Zona A)
- Asia pacífico (zona B):

Quiero centrarme ahora en las Oficinas que tienen que ver con el mercado emisor alemán. Alemania está en el grupo de Oficinas situadas en Europa central junto con los siguientes países: Bélgica, Luxemburgo, Holanda, Austria y Suiza.

Consejerías u Oficinas de Turismo en Alemania según [www.tourspain.es](http://www.tourspain.es) (2014), son:

**SPANISCHES FREMDENVERKEHRSAMT**

<b>CIUDAD</b>	<b>Berlín</b>
<b>DIRECCIÓN</b>	Lietzenburgerstra.99.6.OG 10707 Berlín
<b>TELÉFONO</b>	490308826543
<b>FAX</b>	-
<b>DIRECTOR/A</b>	Arturo Claver
<b>EMAIL</b>	<a href="mailto:berlin@tourspain.es">berlin@tourspain.es</a> <a href="http://www.spain.info/de/tourSpain">www.spain.info/de/tourSpain</a>

**Tabla: 3.1.**

**Fuente:** [www.tourspain.es](http://www.tourspain.es)

<b>CIUDAD</b>	<b>Frankfurt</b>
<b>DIRECCIÓN</b>	Myliusstrasse, 14 60323 Frankfurt Main
<b>TELÉFONO</b>	496977255033
<b>FAX</b>	infofrankfurt@tourspain.es
<b>DIRECTORA</b>	Ana Cristina Gozalo
<b>EMAIL</b>	<a href="mailto:Frankfurt@tourspain.es">Frankfurt@tourspain.es</a> <a href="http://www.spain.info/de/tourSpain">www.spain.info/de/tourSpain</a>

**Tabla: 3.2.**

**Fuente:** [www.tourspain.es](http://www.tourspain.es)

<b>CIUDAD</b>	<b>Munich</b>
<b>DIRECCIÓN</b>	Post-Fach nº 151940 Schubertstrasse,10 80336 Munchen
<b>TELÉFONO</b>	498953074611/12  <a href="mailto:infomuenchen@tourspain.es">infomuenchen@tourspain.es</a>
<b>DIRECTOR</b>	Álvaro Blanco
<b>EMAIL</b>	<a href="mailto:munich@tourspain.es">munich@tourspain.es</a>  <a href="http://www.spain.info/de/tourSpain">www.spain.info/de/tourSpain</a>

**Tablas: 3.3.**

**Fuente: [www.tourspain.es](http://www.tourspain.es)**

La labor que realizan estas Oficinas de Turismo en el extranjero es fundamental para promocionar el turismo de España en toda Alemania:

- Informan de forma individualizada a los futuros turistas que quieren visitarnos.
- Informan a grupos de diferentes posibilidades de viaje.
- Ponen en contacto a organizadores de viaje de España y Alemania.
- Apoyan a todas las Comunidades Autónomas en su trabajo de comercialización.
- Facilitan a las Comunidades Autónomas los procesos burocráticos para llegar mejor al cliente final.

Las Oficinas Españolas de Turismo dependen del Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA), dependiente, a su vez, de la Secretaría de Estado de Turismo. Esta secretaría depende del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.



### **3.1.6. Turismo Sostenible como inversión de futuro.**

Montaner, Antich y Arcarons. (1998) en *Diccionario de turismo*, definen Turismo Sostenible como:

Concepto aplicable a todas las formas de turismo que estén en armonía con el medio ambiente físico, social y cultural a largo plazo, y que combatan las agresiones que el turismo de masas ha producido en muchas zonas turísticas ya consolidadas con una infraestructura que ha degradado el ecosistema natural y ambiental. Este concepto implica la conservación de los recursos naturales, culturales y antropológicos para su continuado uso y disfrute en el futuro, al tiempo que beneficia a la sociedad actual.

El concepto de desarrollo sostenible aplicado al turismo surgió en 1987, a través de un informe de la Comisión de Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas denominado “Nuestro Futuro Común” y, posteriormente, a través de la Cumbre de Río sobre la Tierra (1992). Dicho concepto está íntimamente relacionado con el turismo alternativo y el ecoturismo, y todos ellos tienen como finalidad preservar el patrimonio natural y cultural de la humanidad, bajo los conceptos de armonía, equilibrio y conservación, a la vez que aseguran la atracción de corrientes turísticas para un turismo con provecho económico, pero no de una forma masificada, descontrolada y desorganizada. Gracias a una mejor educación y concienciación en este sentido, se consigue mantener un equilibrio entre turismo y medio ambiente natural, cultural y humano. (pp.382-383).

El turismo sostenible se planifica, implanta, gestiona y controla atendiendo a la filosofía del desarrollo sostenible, es decir, se considera el turismo como un proceso de mejora económica y social que satisfaga las necesidades de la generación presente, considerando todos los grupos interesados, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Es un concepto complejo que incorpora la sostenibilidad ecológica, social, cultural y económica.

Para reforzar la definición de Turismo Sostenible del diccionario de turismo de la editorial Síntesis, veremos dos casos que se han realizado en Castilla y León en este aspecto.

## CAPÍTULO 3

### Caso nº 1:

En el artículo de [elnortedecastilla.es](http://elnortedecastilla.es) (2013), “Europa Otorga a 36 empresas turísticas la acreditación que le otorga la Carta europea de Turismo Sostenible”, nos dice que 36 empresas de turismo del Parque regional de Sierra de Gredos, la Reserva Natural del valle de Iruelas en Ávila y el Parque Natural de las Batuecas en la Sierra de Francia (Salamanca), recibieron las acreditaciones de adhesión a la Carta Europea de Turismo Sostenible. Entre estas empresas, más las otras diez que ya lo tenían anteriormente, encontramos hoteles, restaurantes, centros de turismo rural, museos y empresas que se dedican al turismo activo.

La web, [www.ambientum.com](http://www.ambientum.com), recoge las siguientes valoraciones del texto oficial de la Carta Europea del Turismo Sostenible en los Espacios Protegidos:

La carta europea del Turismo Sostenible refleja la voluntad de las instituciones encargadas de la gestión de los espacios protegidos y de los profesionales del turismo de favorecer un turismo que cumpla los principios del desarrollo sostenible.

La carta compromete a los firmantes a llevar a la práctica una estrategia local a favor de un “turismo sostenible”, definido como “cualquier forma de desarrollo, equipamiento o actividad turística que respete y preserve a largo plazo los recursos naturales, culturales y sociales y que contribuya de manera positiva y equitativa al desarrollo económico y ala plenitud de los individuos que viven, trabajan o realizan una estancia en los espacios protegidos”. (p.1)

### Caso nº 2

Según el diario digital [www.salamanca24horas.com](http://www.salamanca24horas.com) (2013), la Consejería de Cultura y Turismo de Castilla y León, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, la Consejería de Empleo, Turismo y Cultura de la Comunidad de Madrid y Parques Nacionales, firmaron en el mes de octubre de 2013 un protocolo para desarrollar un plan de desarrollo sostenible en el Parque Nacional de Guadarrama. Este plan permitirá:

- El desarrollo turístico creando una oferta turística especializada que permita acceder a un nicho de mercado en creciente desarrollo.
- Permitir el acceso a la comercialización internacional de este producto.

## ACCIONES PROMOCIONALES REALIZADAS POR LA COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN

- Creación de puestos de trabajo para la conservación del espacio natural así como actividades complementarias.
- Crear sinergias entre empresarios de la zona para incrementar las posibilidades de Turismo activo.
- Crear una oferta turística de calidad y dinamizar las zonas rurales al incentivar a los alojamientos y otras entidades públicas/privadas a crear paquetes turísticos

Podemos darnos cuenta de la riqueza que el Turismo Sostenible puede aportar al desarrollo de las poblaciones rurales. Para ello, doy unas pautas para que todo lo que hemos visto acerca del turismo sostenible pueda llegar a buen puerto:

- Que sea aceptado por la mayoría sus habitantes.
- Que pueda dar opción de trabajo a sus habitantes.
- Que se respete las características urbanas de la zona.
- Que sirva para mantener o recuperar antiguas tradiciones (bailes, cantos, leyendas, gastronomía), y mantener las ya existentes.
- Que se cree una relación de respeto entre los visitantes/turistas y habitantes de la zona.
- Que puedan crearse nuevas actividades culturales, artesanales y comerciales.
- Que se desarrollen acciones de mejora en su entorno.
- Que haya una unión total entre urbanismo, naturaleza e infraestructuras.
- Que se genere fuentes de financiación públicas y privadas.

El Turismo Sostenible crea un desarrollo inteligente, en comunión con la naturaleza y el entorno. Se consigue respeto a cada una de las personas que viven en la zona y a los visitantes. Como consecuencia de este turismo se llevará al Parque Nacional de Guadarrama una mejora de la calidad de vida y el desarrollo económico para sus habitantes.



## CAPÍTULO 4

# OFERTA TURÍSTICA DE CASTILLA Y LEÓN PARA EL TURISTA ALEMÁN

## CAPÍTULO 4

### OFERTA TURÍSTICA DE CASTILLA Y LEÓN PARA EL TURISTA ALEMÁN

#### 4.1. Introducción.

No pretendo crear ningún paquete turístico nuevo, ni definirlo como tal, pero sí quiero poner en valor los ya existentes a modo de guía, lo que, unido con el grupo de touroperadores alemanes expuestos en el punto 2.2, dé opciones de crear operaciones comerciales con las agencias de receptivo de cada provincia. Así se podrían crear paquetes turísticos adaptados a las necesidades del organizador de viajes alemán y dar la oportunidad de realizar viajes de familiarización a los agentes alemanes para que luego puedan transmitir la esencia de Castilla y León en las agencias de viajes alemanas.

Primero quisiera analizar cómo está la situación en los aeropuertos de esta comunidad en cuanto a conectividad con ciudades alemanas. Actualmente operan cuatro aeropuertos que comprenden diferentes provincias, son los siguientes:

<b>AEROPUERTO</b>	<b>Valladolid. Código IATA: VLL</b>
<b>POBLACIÓN</b>	Villanubla
<b>DESTINOS NACIONALES</b>	Barcelona: Iberia, Ryanair, Vueling. Gran Canaria(Verano): Iberia(Air Nostrum) Málaga (Verano): Ryanair. Tenerife Norte (Verano): Iberia(Air Nostrum) Palma de Mallorca (Verano).Iberia (air Nostrum), Air Europa. Lanzarote (Verano): Ryanair
<b>DESTINOS INTERNACIONALES</b>	No opera

**Tabla: 4.1. Fuente: Aeropuertos de Castilla y León- wikipedia**

<b>AEROPUERTO</b>	<b>Burgos. Código IATA:RGS</b>
<b>POBLACIÓN</b>	Villafría
<b>DESTINOS NACIONALES</b>	En 2011, algunos destinos fueron: Praga, Milán, Amsterdam y Berlín. En 2012 los destinos fueron a Menorca, Málaga, Alicante y Faro.En 2013 a Palma de Mallorca, Ibiza y Menorca Actualmente hay vuelos a Barcelona con Iberia( Air Nostrum).
<b>DESTINOS INTERNACIONALES</b>	No opera, aunque ha habido algún intento en 2011.
<b>TIPO</b>	Civil. Operado por AENA

**Tabla: 4.2. Fuente: Aeropuertos de Castilla y León- Wikipedia**

AEROPUERTO	León. Código IATA:LEN
.POBLACIÓN	En los municipios de Valverde de la Virgen y San Andrés de Rabanedo.
DESTINOS NACIONALES	Barcelona: Iberia( Air Nostrum) Gran Canaria (Verano).Iberia( Air Nostrum). Palma de Mallorca: Iberia (Air Nostrum). Tenerife: Air Europa
DESTINOS INTERNACIONALES	No opera.
TIPO	Civil. Operado por AENA

**Tabla: 4.3. Fuente: Aeropuertos de Castilla y León- Wikipedia**

AEROPUERTO	Salamanca-Matacán. Código IATA: SLM
POBLACIÓN	Machacón, Calvarrasa de Abajo y Villagonzalo de Tormes.
DESTINOS NACIONALES	Barcelona: Iberia (Air Nostrum). Palma de Mallorca (Verano): Iberia (Air Nostrum). Menorca (Agosto): Iberia ( Air Nostrum) Málaga (Agosto): Iberia (Air Nostrum) Gran canaria (Agosto): Iberia (Air Nostrum) Tenerife (Verano):Air Europa Lanzarote ( Verano): Air Europa
DESTINOS INTERNACIONALES	No opera.
TIPO	Civil- Militar Operado por AENA

**Tabla: 4.4. Fuente: Aeropuertos de Castilla y León- Wikipedia**



Se puede observar que estos cuatro aeropuertos tienen un marcado uso de vuelos domésticos. Solo hay un vuelo regular a Barcelona. Los demás operan en la temporada de verano, una frecuencia de vuelos muy escasa.

En cuanto a los vuelos internacionales esta frecuencia es nula. Por lo tanto los turistas alemanes no pueden utilizar este medio de transporte para viajar a Castilla y León, reduciendo muchísimo la llegada de los mismos a las ciudades y pueblos de esta Comunidad. Aquí es donde el gobierno de la Junta de Comunidades de Castilla y León, tiene que redoblar sus esfuerzos en atraer a las compañías aéreas y Touroperadores alemanes, para conectar las ciudades más importantes de Alemania con cualquiera de los cuatro aeropuertos. Si hay conexión aérea el número de turistas alemanes incrementará notablemente.

La mejor opción en la actualidad para la llegada del turismo alemán a Castilla y León es el aeropuerto Adolfo Suárez Madrid /Barajas.

Otra opción combinada con el aeropuerto de Madrid es la del AVE, que conecta directamente con Segovia en menos de una hora.

Después de comentar la situación de los aeropuertos en Castilla y León, voy a analizar la oferta turística más importante que esta Comunidad puede ofrecer a los turistas alemanes, empezando por el turismo de golf.

### **4.1.1. Turismo deportivo de golf.**

El número tan elevado de campos de golf que hay en toda la Comunidad me hace ser optimista en la inclusión de los mismos en una propuesta de turismo para aquellos alemanes que buscan, entre otras cosas, contacto con la naturaleza practicando su deporte favorito sin renunciar a otras ofertas culturales y gastronómicas.

El público objetivo para este tipo de turismo sería la tercera edad y las personas entre 45 y 55 años.

La propuesta es hacer rutas diarias para que el cliente alemán pueda practicar el deporte del golf en diferentes campos de la Comunidad según el tiempo y días de los que disponga. Voy hacer una breve descripción de los campos de golf que cada provincia dispone, citando sólo los campos de 9 y 18 hoyos. En [turismocastillayleon.com](http://turismocastillayleon.com) (2014), encontramos los siguientes campos:

- Provincia de Ávila:

Club de Golf El Fresnillo (Ávila). 18 Hoyos.

Club deportivo La Almarza Golf. (Sanchidrián). 18 hoyos.

Club de Golf de Candeleda. 9 hoyos.

Club de Golf de Navaluenga.

- Provincia de Burgos:

Club de Golf de Lerma. 18 hoyos.

Club de Golf de Ríocerezo. 18 hoyos.

Club deportivo Saldaña Golf. 18 hoyos.

Club de Golf Salas de los infantés. 9 hoyos.

- Provincia de León:

León club de golf. 18 hoyo.

Club de golf El Bierzo, 9 hoyos.

- Provincia de Palencia:

Campo municipal de Golf Isla Dos Aguas (Palencia). 9 hoyos.

Grijota Golf S.L (Grijota). 9 hoyos.

- Provincia de Salamanca:

Campo de Golf de Salamanca ( Zarapicos). 18 hoyos.

Campo de Golf de Villa Mayor (Salamanca). 18 hoyos.

Club La Valmuza Golf Resort. Doñinos. 18 hoyos.

- Provincia de Segovia:

La faisanera Golf Segovia (Palazuelos de Eresma). 18 hoyos.

ASR Golf Los Ángeles de San Rafael. 18 hoyos.

Club de Golf Las Llanás (Grajera). 9 hoyos.

Club de Golf Villa de Cuéllar. 9 hoyos.

Club de Golf la Valdenarra de Bercial. 9 hoyos.

Club de Campo el Tiro (San Ildefonso- La Granja). 9 hoyos.

- Provincia de Soria:

Club de Golf Soria S.A (Soria). 18 hoyos.

Club de Golf la Dehesa de Morón (Morón de Almazán). 9 hoyos

- Provincia de Valladolid:

Aldeamayor Club de Golf. Aldeamayor de San Martín). 18 hoyos.

C.D. Golf Sotoverde (Arroyo de la Encomienda). 18 hoyos.

Club de Golf Entrepinos ( Simancas). 18 hoyos.

Club de Campo La Galera (Valladolid).9 hoyos.

- Provincia de Zamora.

Campo de Golf de Villarrín (Villarrín). 9 hoyos

Club de Golf de Pich&Putt El Maderal (el Maderal) 9 hoyos

#### **4.1.2. Turismo Cultural.**

Este tipo de turismo tiene tantas posibilidades de aceptación que se puede crear una amplia gama de paquetes turísticos a la oferta y a la demanda.

Veremos a continuación en [www.turismocastillayleon.com](http://www.turismocastillayleon.com) (2014), los recursos turísticos más importantes que esta comunidad puede ofrecer al turista alemán:

##### **1. Conjuntos Patrimonio de la Humanidad:**

Son tres ciudades Ávila, Salamanca y Segovia. Además de estas tres ciudades podemos encontrar el yacimiento arqueológico de la Sierra de Atapuerca, en la provincia de Burgos. Las Médulas que es un entorno paisajístico formado por antiguas minas de oro de la época romana en la provincia de León, el yacimiento arqueológico de arte rupestre de Siega Verde en la provincia de Salamanca. El Camino de Santiago y la catedral de Burgos.

##### **2. Reales Sitios:**

Son todos los palacios, monasterios y conventos que forman parte de la Casa Real. Los Reales Sitios Pertenece a Patrimonio Nacional y dependen del Estado español. Ofrecen visitas para grupos a precios muy asequibles. En Castilla y León podemos encontrar El Real Sitio de la Granja, Palacio de Riofrío en la provincia de Segovia. El Real Monasterio de Santa Clara en Tordesillas y el Real Monasterio de las Huelgas, en Burgos

### 3. Catedrales:

En Salamanca podemos encontrar la catedral Nueva y la Vieja. La Catedral de León, Burgos, Burgo de Osma, Palencia, Astorga, Ávila, Zamora, Ciudad Rodrigo y Valladolid. Añado también la concatedral de Soria.

Son Monumentos gestionados por la iglesia, que establece sus propios criterios de visitas, así como las tarifas, descuentos y gratuidades.

### 4. Monasterios:

Castilla y León ofrece una amplia red de monasterios para ser visitados individualmente o en grupo. Muchos de ellos ofrecen visitas guiadas. En otros monasterios, es necesario crear la posibilidad de realizar visitas guiadas. Se puede incluir, además, la oferta de hospedaje que algunos de ellos ofrecen. Los más destacados son: monasterio de las Huelgas (hablamos de él en el apartado de Reales Sitios), monasterio de Silos en Burgos, Santa María de Gradefes en León, San José de las Batuecas en Salamanca, Santa María de Mave y Santa María la Real en Palencia.

### 5. Museos:

Tienen una temática muy variada, con posibilidad de visitas guiadas, audioguías y códigos QR (es un sistema en el que se hace una foto con el móvil a un símbolo y te aparece toda la información sobre el museo en cuestión en tu móvil). Los más importantes son: el museo de la Siderurgia y la Minería en Sabero (León), el museo de Arte Contemporáneo en León, el museo Etnográfico de Castilla y León en Zamora, el museo de la Evolución Humana en Burgos el museo Provincial de Ávila, el museo Provincial de Burgos, el museo Provincial de Segovia, el museo Provincial de León, el museo Provincial de Palencia, Salamanca, Valladolid, y Zamora. No me olvido del gran museo al aire libre de la sierra de Atapuerca, situada al norte de Ibeas de Juarros, en la provincia de Burgos. En Atapuerca se han hallado restos arqueológicos de gran importancia para la historia de la humanidad.

### 6. Castillos:

Hay una importante red de castillos y cada uno de ellos ha tenido un señor feudal que lo regentaba. Hay algunos castillos en los que se pueden hacer vistas teatralizadas como son el de Ayllón, Cuéllar y el de la Mota en Medina del Campo. Una posibilidad de propuesta es la de realizar las visitas teatralizadas con personajes que hablen en alemán.

### 7. Fiestas:

Castilla y León tiene una gran cantidad de fiestas clasificadas de Interés Turístico Regional, Nacional e Internacional. Me voy a centrar sólo en las fiestas de Interés Turístico Internacional. Son las siguientes:

- Ávila: Semana Santa.
- León: Semana Santa.
- Palencia. Semana Santa.
- Salamanca: Semana Santa.
- Valladolid: Semana Santa.
- Medina del Campo: Semana Santa.
- Medina de Río Seco: Semana Santa.

Como se puede ver, estas fiestas están relacionadas con la Semana Santa. En este campo hay una gran demanda de visitantes alemanes interesados en conocer esta tradición tan arraigada en toda la Comunidad.

#### 8. Rutas:

Podemos encontrar una gran variedad de rutas en Castilla y León. Estas rutas tienen mucho que ofrecer al turista alemán que busca encontrarse con la naturaleza y sobre todo encontrarse consigo mismo en una amplia diversidad de alternativas: rodeados de naturaleza, leyendas, espiritualidad y productos gastronómicos tan arraigados en esta tierra castellana y leonesa.

Algunas de estas rutas son:

Camino de Santiago Francés: el camino francés es la ruta más conocida y la que mejores condiciones ofrece al peregrino. Empieza en Roncesvalles, en Navarra, y finaliza en Santiago de Compostela. Las etapas que transcurren por las tierras de la comunidad de Castilla y León son:

- Primera etapa: de Redecilla del Camino a Villafranca de Montes de Oca.
- Segunda etapa: de Villafranca de Montes de Oca a Burgos.
- Tercera etapa: de Burgos a Itero del Castillo.
- Cuarta etapa: de Itero de la Vega a Frómista.

- Quinta etapa: de Frómista a Carrión de los Condes.
- Sexta etapa: de Carrión de los Condes a San Nicolás del Real Camino.
- Séptima etapa. de Sahagún a Mansilla de las Mulas.
- Octava etapa: de Mansilla de las Mulas a León.
- Novena etapa: de León a Astorga.
- Décima etapa: de Astorga a Ponferrada.
- Etapa final: de Ponferrada a Cebreiro.

Una vez finalizado el trayecto por tierras castellanas y leonesas el camino sigue hasta su destino final en Santiago de Compostela.

Camino de Santiago. Vía de la Plata: es una ruta que une el golfo de Cádiz con la costa Cantábrica uniendo las comunidades de Andalucía, Extremadura, Castilla y León y Asturias. Tiene su origen en la calzada romana que unía Emérita Augusta, Mérida, con Asturica Augusta, la actual Astorga. La huella romana se deja ver durante muchos tramos dejando ver el pavimento original.

En Castilla y León, la Vía de la Plata tiene los siguientes tramos:

- Primer tramo: de puerto de Béjar a Salamanca. Se recomienda realizar este trayecto en tres etapas.
- Segundo tramo: de Salamanca a Zamora. Lo podemos hacer en dos etapas.
- Tercer tramo: de Zamora a Benavente. Emplearemos dos etapas en hacerlo. Desde Benavente hay dos posibilidades de seguir el camino, hacia Astorga o hacia León.
- Cuarto tramo: de Benavente a Astorga. Emplearemos tres etapas en su recorrido. A partir de aquí es igual que el Camino Francés.
- Quinto tramo: de Benavente a León. Lo podemos hacer en tres etapas.
- Sexto tramo: de León al puerto de Pajares, puerto que nos llevará a Asturias. El tiempo previsto para realizarlo será de dos etapas. Como vemos hemos pasado las tierras de Castilla y León y proseguimos nuestro camino por Asturias hasta la meta final en Santiago de Compostela.

Fuente del punto 4.1.2: [www.turismocastillayleon.com](http://www.turismocastillayleon.com) (2014).

### **4.1.3. Turismo en la naturaleza**

Castilla y León dispone, además de las rutas jacobeanas, de una gran variedad de espacios naturales en los que se pueden hacer diferentes actividades al aire libre. Todos están protegidos por diferentes administraciones: la administración estatal, la autonómica, la regional y la municipal.

Según [www.jcyl.es/web/jcyl/MedioAmbiente/es/](http://www.jcyl.es/web/jcyl/MedioAmbiente/es/) (2014), estos espacios naturales son:

- Parque Nacionales:
  - Parque Nacional de Picos de Europa (león)
  - Parque Nacional de Guadarrama (Segovia)
- Parques Regionales:
  - Picos de Europa (León)
  - Sierra de Gredos (Ávila)
- Parques naturales:
  - Lago de Sanabria (Zamora)
  - Cañón del río Lobos (Soria)
  - Hoces del Duratón (Segovia)
  - Arribes del Duero (Salamanca y Zamora)
  - Fuentes Carrionas y Fuente Cobre montana (Palencia)
  - Las Batuecas-Sierra de Francia (Salamanca)
  - Hoces del río Riaza (Segovia)
  - Montes Obarenes-San Zadornil (Burgos)
- Espacios Naturales:
  - Sierra de la Demanda (Burgos)
  - Sierra de Ancares (León)
  - Candelario (Salamanca)
  - Sierra de Urbión (Soria)

Pinar de Hoyocasero (Ávila)

Hayedo de Riofrío de Riaza (Segovia)

Las Médulas (León)

Covalagua (Palencia)

Las Tuerces (Palencia)

Sierras de Paramera y la Serrota (Ávila)

La Yecla (Burgos)

Valle de San Emiliano (León)

El Rebollar (Salamanca)

Sierra de la Culebra (Zamora)

Quilamas (Salamanca)

Hoces del Alto Ebro y Rudrón (Burgos)

Hoces de Vergacervera (León)

- Reservas Naturales:

Valle de Iruelas (Ávila)

Sabinar de Calatañazor (Soria)

Riberas de Castronuño (Valladolid)

- Monumentos Naturales:

Lago de Baña (León)

Lago Truchillas (León)

La Fuentona (Soria)

Ojo Guareña (Burgos)

Monte de Santiago (Burgos)

- Zonas Húmedas:

Laguna de la Nava (Palencia)



Se pueden crear diferentes propuestas para los turistas alemanes, según las expectativas que tengan en sus visitas a estos maravillosos parajes naturales. Se presentarán ofertas para grandes grupos, grupos reducidos y para turistas individuales.

El turismo ornitológico, que cada vez tiene más adeptos, es otro aspecto que se debería potenciar, y la creación nuevas actividades en la naturaleza, haría de Castilla y León un líder indiscutible en esta materia.

Para complementar esta oferta de naturaleza, incluyo las numerosas cuevas formadas por la acción del agua a lo largo de siglos en el subsuelo castellano y leonés. Según <http://turismocastillayleon.com> (2014) Estas cuevas son:

- Cueva de Valporquero: en Vegacervera, población que pertenece a la provincia de León.
- Cueva de los Enebralejos: situada en Prádena en la provincia de Segovia.
- Cueva de los Franceses: en Revilla de Pomar en la provincia de Palencia.
- Cuevas del Águila: ubicada en Arenas de San Pedro que pertenece a la provincia de Ávila.
- Cueva Ojo Guareña: situada en la Merindad de Sotoscueva en la provincia de Burgos.
- Cueva de la Galiana: está situada en Uceró en la provincia de Soria.
- Cuevas de Fuentemolinos. en Puras de Villafranca en la provincia de Burgos.

Por las tierras de Castilla y León pasan además siete Cañadas Reales<sup>5</sup> de gran importancia paisajística, natural e histórica. Según [www.turinea.com](http://www.turinea.com) (2014), estas cañadas son: Cañada Real de la Plata, Cañada Real Leonesa Occidental, Cañada Real Leonesa Oriental, Cañada Real Segoviana, Cañada Real Soriana Oriental, Cañada Real Soriana Occidental, Cañada Real Galiana.

---

<sup>5</sup>Cañadas reales: son aquellas vías pecuarias castellanas para uso de la trashumancia desde la época de Alfonso X el Sabio.

#### 4.1.4. Turismo enológico y gastronómico

Si de algo puede presumir Castilla y León es de su gastronomía y de sus vinos, denominaciones de origen y recetas gastronómicas distribuidas por todos los rincones de sus ciudades, pueblos y villas. No se puede entender la historia y el carácter castellano y leonés sin poder disfrutar al menos de algunos de sus caldos y platos.

A continuación voy a exponer las rutas que se pueden realizar según las denominaciones de origen que propone [turismocastillayleon.com](http://turismocastillayleon.com) (2014):

- Ribera del Duero: en las provincias de Valladolid, Burgos, Segovia y Soria.
- Toro: en la provincia de Zamora en torno a las tierras de la ciudad de Toro y algunos pueblos de la provincia de Valladolid.
- Cigales: se extiende por la provincia de Palencia y Valladolid. Cigales, población de la provincia de Valladolid, es la cabecera de la comarca.
- Rueda: en las provincias de Valladolid, Segovia y Ávila. Destaca sobre todo en la producción de vino blanco por la variedad de la uva blanca verdejo.
- Arribes del Duero. Esta ruta es una de las más bonitas que podemos contemplar. Los viñedos abancalados en las laderas que van al río es digno de visitarse. Se encuentra en las provincias de Salamanca y Zamora.
- Bierzo: se la conoce como el “Volcán del Noroeste”. Sus principales bodegas las podemos encontrar en Ponferrada, Villafranca del Bierzo y Cacabelos.
- Valtiendas: esta denominación de origen se encuentra en el noroeste de la provincia de Segovia en torno al término municipal de Valtiendas. Utilizan la misma técnica de elaboración de la denominación de origen Ribera del Duero.
- Prieto Picudo: en el centro de la provincia de León y algunas localidades de Valladolid.
- Arlanza: se encuentra en el valle medio y bajo del río Arlanza, en la provincia de Burgos.

- Comarca de Cebreros: se sitúa en el suroeste de la provincia de Ávila. Predomina la variedad de uva garnacha.
- Benavente: la comarca de valles de Benavente se extiende por el norte de la provincia de Zamora.
- Tierra de Zamora: es conocida como tierra del vino. Se sitúa al sur de la provincia de Zamora. Se extiende por la cuenca del río Duero entre Toro y Zamora. La variedad de uva es tempranillo.
- Sierra de Salamanca: en el sur de la provincia de Salamanca en plena Sierra de Francia. Tiene un microclima como el de Arribes del Duero así como zonas abancaladas.
- Bajo Duero: Sus bodegas no están inscritas en ningún Consejo Regulador. Se encuentra en la provincia de Valladolid. Es la zona de Sardón de Duero- Tudela de Duero.

Añado en este punto algunos productos gastronómicos típicos de Castilla y León que aporta [www.euroresidentes.com](http://www.euroresidentes.com) (2014):

- Quesos: queso de Burgos DO, Zamorano DO Valdeón, La Bureba, Babia-Laciana, Valdeteja, Coladilla, La Tercia-Villamanin, Villalón, de Sahagún, de cabra del Tiétar, La Armada, de Arribes de Duero, Oseja de Sajambre, de Soria, rollito de cabra de Veigaborte.
- Frutas: cerezas y manzanas del valle de Las Caderechas en Burgos, castañas de aliste, cerezas y castañas de la sierra de Francia, almendras de Arribes, cerezas de Covarrubias, higos del río Tiétar, pera Conferencia del Bierzo, Peruco de Toro (es una fruta con forma de higo maduro pero más pequeño con un color entre verde y amarillo), naranjas de los Arribes del Duero, sandía de Lanzahita en la provincia de Ávila, cerezas de Hornillo, melocotón del Alberche, etc.
- Carnes: Lechazo de Castilla y León, vacuno de la montaña de Telano, situada en los Montes de León, lechazo de la montaña de Teleno, carne de Cervera en la montaña palentina, carne charra en Salamanca, pichones de Tierra de Campos entre Palencia, Valladolid, Zamora y León, carne de las merindades en Burgos, carne de ternera morucha de

Salamanca, ternera de Aliste y del Bierzo, cochinillo de Arévalo, de Peñaranda y de Segovia.

- Carne de Ávila DO: de la raza autóctona avileña-negra ibérica. Este tipo de raza se encuentra en varias provincias de Castilla y León y en las provincias Toledo, Cáceres, Badajoz y Madrid.
- Judías de Barco de Ávila: podemos encontrar diferente tipos: blanca redonda, blanca riñón, morada larga, morada redonda, arroquina, planchada, y judión de Barco.
- Legumbres con DO: garbanzos de Fuentesauco en la provincia de Zamora, lentejas pardinas de Tierra de Campos que se extiende entre las provincias de Palencia, Valladolid, Zamora y León, lentejas de Armuña en la provincia de Salamanca y alubia de la Bañeza en León.
- Jamones: Guijuelo DO en la provincia de Salamanca, jamón de Ávila, jamón de sala de los Infantes en la provincia de Burgos.
- Embutidos: cecina de León, botillo del Bierzo, chorizo de Candelario y de la Alberca en la sierra de Béjar, provincia de Salamanca, chorizo de León, chorizo de Soria, chorizo de Villarcayo en la provincia de Burgos, chorizo Zamorano, farinato de Salamanca, cecina de chivo de Vegacervera en León, chorizo Blanco de Salamanca, chorizo de Cantimpalos en Segovia, morcilla de Burgos, morcón Ibérico, lomo Ibérico, morcilla de León.

Nos podemos imaginar la cantidad de recetas que hay con todos estos productos, pero quizás, lo más interesante sea el idear nuevos platos para que puedan ser degustados como novedades en diferentes encuentros gastronómicos de interés nacional e internacional. Con todos estos ricos productos se puede crear un punto de atracción con los turistas nacionales e internacionales, en especial con los alemanes.

#### **4.1.5. Otras ofertas turísticas.**

##### **1. Rutas en barcos**

Como complemento a todo lo que hemos visto de Castilla y León, un paseo en barco es una actividad muy agradable de realizar y, como podremos ver, cada vez más extendida en esta Comunidad. El Duero, vertebrada una rica variedad en paisajes y fauna (mamíferos, aves y peces), así como costumbres y tradiciones. También podemos ver

obras de ingeniería como el Canal de Castilla, y embalses de más reciente creación. Según [www.turismocastillayleon.com](http://www.turismocastillayleon.com) (2014), estas rutas son:

- Crucero ambiental de Arribes del Duero. Miranda do Douro. La salida y la llegada se realiza desde el embarcadero de la Estación Biológica Internacional de Miranda do Douro en Portugal.
- Sociedad Transfronteriza Congida. Es un recorrido que va desde Vilvestre (Salamanca) a Freixo de Espada en Portugal o desde Freixo a Vilvestre, a través de los cañones del Duero, cerca del embalse de Saucelle en la provincia de Salamanca.
- Barco del Canal Antonio de Ulloa. Esta embarcación nos llevará por el Canal de Castilla. El Canal de Castilla se construyó para transportar mercancías entre el sur de la región y Cantabria. Tiene tres recorridos: el primero de una hora de duración hasta la primera esclusa, el segundo recorrido dura dos horas y media hasta la séptima esclusa y el tercero tiene una duración de tres horas y media. Estos recorridos parten de la dársena de Medina de Rioseco.
- Viajes marítimos del Sureste. Es un recorrido por el pantano de Burguillo en la provincia de Ávila.
- Barco Marqués de la Ensenada. El barco parte de desde la presa de San Andrés. Recorremos una parte del Canal de Castilla, el río Pisuerga y el canal del Pisuerga. Es muy interesante cuando pasa por algunas esclusas. Nos encontramos en la provincia de Palencia.
- El corazón de los Arribes. Es un recorrido por el embalse de Aldeadávila. Se embarca en la playa del Rostro en la localidad de Corporario (Salamanca). Nos encontramos en el Parque Natural de los Arribes del Duero.
- Barco de San Carlos de Abánades. Su recorrido es por el canal de Castilla. Se inicia el viaje en San Carlos de Abánades en la provincia de Burgos.
- Barco turístico Juan de Homar. El barco parte desde el embarcadero de Villaumbrales (Palencia). Se encuentra en el ramal de Campos del Canal de Castilla.

- Crucero ambiental del Parque Natural del Lago de Sanabria. Las salidas se realizan desde el embarcadero de la Estación Biológica Internacional en el término municipal de Galende (Zamora).

## 2. Ruta de Isabel la Católica.

Después del éxito televisivo de la serie titulada “Isabel”, ha aumentado el número de visitantes españoles a los lugares donde transcurren estos hechos históricos. Lo que pretendo ahora, es dar el siguiente paso: comercializar esta ruta para que sea conocida por el público alemán. Un rey, Carlos I de España y V de Alemania nieto de Isabel puede hacer que esta ruta tenga aceptación entre el público alemán. Las poblaciones donde se realizan las diferentes acciones pertenecen a las provincias de Ávila, Segovia y Valladolid. Según [www.isabellacatolica.es](http://www.isabellacatolica.es) (2014), son las siguientes:

- Madrigal de las Altas Torres: lugar de nacimiento de Isabel. Era hija de Juan II y su segunda esposa Isabel de Portugal. Madrigal se encuentra en la provincia de Ávila. Isabel nació en esta localidad el día 22 de abril de 1451.
- Arévalo: esta población se encuentra en la provincia de Ávila. En su castillo, Isabel y su hermano Alfonso pasaron su infancia junto a su madre Isabel de Portugal, conocida como la Loca de Arévalo.
- Segovia: Enrique IV ordenó trasladar a sus hermanastros Isabel y Alfonso a su residencia real en el Alcázar de Segovia. Esta orden no gustó mucho a los infantes porque no querían dejar a su madre sola en el castillo de Arévalo. En Segovia es donde se coronó Isabel de Castilla en la catedral, en ausencia de su marido Fernando.
- El Tiemblo: Es una población de la provincia de Ávila. En un lugar muy próximo, están los Toros de Guisando (conjunto de toros de piedra) donde Enrique IV e Isabel firmaron el “Tratado de los Toros de Guisando”. En este tratado Enrique reconocía a Isabel como princesa de Asturias en lugar de a su Hija Juana la Beltraneja.
- Valladolid: Es la ciudad donde los Reyes Católicos se casaron el 19 de octubre de 1469, en el palacio de los Vivero.
- Tordesillas: es la población donde se firmó el tratado que lleva su nombre entre España y Portugal. En él se repartían las zonas de navegación para evitar conflictos entre ambos reinos.

- Medina del Campo: lugar donde la reina Isabel murió el día 26 de noviembre de 1504.

### 3. Turismo de idiomático.

El turismo de aprendizaje de idioma tiene gran importancia en Castilla y León. Para potenciarlo aún más, según [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es) (2011), la Consejería de Cultura y Turismo organiza encuentros con touroperadores internacionales relacionados con la enseñanza, para que puedan venir estudiantes a esta comunidad.

Se calcula que más de 40.000 jóvenes acuden a estudiar castellano a las principales ciudades de Castilla y León, no solo, para estudiar español sino para realizar prácticas profesionales en empresas de la región, actividades culturales y gastronómicas y, sobretodo, viajes a diferentes lugares de Castilla y León y España.

Las universidades son el referente del aprendizaje del español sobre todo la universidad de Salamanca, entre estos estudiantes internacionales están incluidos lo alemanes.

Con toda la oferta turística que hemos analizado: turismo de golf, turismo cultural, turismo de naturaleza, turismo enológico y gastronómico y turismo idiomático, se pueden crear multitud de paquetes turísticos. Unas veces elaborados junto con los touroperadores alemanes, otras veces creando productos cerrados, preparados y ofertados por empresas de Castilla y León para las agencias alemanas. Es importante que las agencias alemanas conozcan todos los productos posibles que se pueden ofrecer para que ellos las puedan comercializar a sus clientes.

# CAPÍTULO 5

## CONCLUSIONES FINALES





## CAPÍTULO 5

### CONCLUSIONES FINALES

Las conclusiones que he sacado a lo largo de todo el proceso de investigación del proyecto han sido las siguientes:

- Los turistas alemanes han ocupado el segundo puesto en visitar España, por lo tanto hay que volcarse en ofertar nuevos productos turísticos y mantener los ya existentes para seguir atrayendo a este mercado emisor.
- Las comunidades autónomas más visitadas en el año 2013 fueron Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana y comunidad de Madrid. Sin embargo el resto de las comunidades autónomas han recibido un número de turistas bastante bajo comparadas con las comunidades citadas anteriormente.
- La recuperación de la crisis mundial ha influido positivamente en la entrada de más turistas alemanes en España.
- Los turistas alemanes realizan la reserva de su viaje directamente, a través de internet (vuelos, alojamiento, visitas). Mientras que el viaje organizado está perdiendo terreno a la hora de viajar.
- En Alemania se están creando nuevas tendencias de especialización hotelera como los llamados “hoteles concepto”, que también van a llegar a España en 2014. Sería muy interesante que se hiciera también en Castilla y León. Yo propongo empezar con estas nuevas tendencias a corto plazo, con los paradores que hay en la Comunidad.
- Se prevé para el año 2014 un pequeño aumento de turistas alemanes que visiten España, aunque se vislumbra también que algunos países competidores se van a recuperar.
- La Consejería de Cultura y Turismo facilita la participación a eventos nacionales e internacionales a empresas privadas relacionadas con el sector turístico. Reconociendo todos estos esfuerzos todavía hay que mejorar muchas cosas en este sentido. Yo creo que Castilla y León debería plantearse la creación de una agencia de receptivo con delegaciones en las capitales de provincia.

- El papel del turismo sostenible está experimentando un gran desarrollo en Castilla y León, muy importante para consolidar el turismo procedente de Alemania.
- Castilla y León tiene cuatro aeropuertos con una frecuencia de vuelos muy baja. Para resolver este problema hay que hacer esfuerzos por parte de la administración Central y autonómica, para conseguir más vuelos con las ciudades más importantes de Alemania. Esto es para mí una debilidad que debe corregirse cuanto antes.
- Castilla y León tiene una oferta turística tan amplia que necesita profesionales muy bien preparados para hacerla llegar a las agencias de viajes alemanas, y así a los turistas alemanes.
- Como colofón final a estas conclusiones quiero resaltar que cuantos más profesionales de turismo en Castilla y León sepan hablar la lengua alemana, más fácil será llegar a los futuros turistas procedentes de Alemania.
- Como valoración personal quiero hacer llegar a mi tutora y profesores que este proyecto me ha servido para descubrir una nueva experiencia pedagógica y sobre todo saber encajar las correcciones que me han aportado durante todo este tiempo y ser más humilde en recibirlas. Ha sido un viaje que me ha hecho reflexionar interiormente y después de un tiempo de crisis profesional, creo que he sabido llegar a la meta con una visión transformada de mi labor como docente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Referencias a libros

- Montaner, J. Antich, J. y Arcarons, R. (1998). “Turismo sostenible”. En *Diccionario de turismo*. pp. 382-383. Madrid: Editorial Síntesis.

### Revistas profesionales o “Journals”

- Alcelay, S. y Pérez, M<sup>a</sup> J. (2014). “2014, más turistas que nunca”. *ABC Empresa*, pp. 8-9. (Consulta: 15 de abril de 2014).
- Canalis, X. (2014). “Alemania: tendencias clave de un mercado estratégico para España”. *Revista Hosteltur.com* (2014). pp.83-85.  
[http://www.hosteltur.com/145110\\_alemania-tendencias-clave-mercado-estrategico-espana.html](http://www.hosteltur.com/145110_alemania-tendencias-clave-mercado-estrategico-espana.html) (Consulta: 22 de abril de 2014).
- “Castilla y León acude a Fitur con una apuesta decidida por la comercialización”. *Tribunasalamanca.com* (2014).  
<http://www.tribunasalamanca.com/noticias/castilla-y-leon-acude-a-fitur-con-una-apuesta-decidida-por-la-comercialización/1389978693> (Consulta: 13 de mayo de 2014).
- “Castilla y León acude a la ITB de Berlín para consolidar su estrategia de internacionalización”. *León.com* (2014).  
<http://www.ileon.com/actualidad/037779/castilla-y-leon-acude-a-la-itb-de-berlin-para-consolidar-su-estrategia-de-internacionalizacion> (Consulta: 21 de abril de 2014).
- “Castilla y León, Madrid y Gobierno impulsan el turismo sostenible en el Parque Nacional de Guadarrama”. *Diario digital Salamanca24horas.com* (2013).  
<http://www.salamanca24horas.com/castilla-y-leon/96926-castilla-y-leon-madrid-y-el-ministerio-de-industria-energia-y-turismo> (Consulta: 19 de mayo de 2014).
- “Castilla y León impulsarán el turismo del idioma como un sector estratégico”. *elmundo.es* (2011).  
<http://www.elmundo.es/elmundo/2011/09/29/castillayleon/1317316814.html> (Consulta: 29 de mayo de 2014).
- “Europa otorga a 36 empresas la Carta Europea de turismo Sostenible”. *Elnortedecastilla.es* (2013).

<http://www.elnortedecastilla.es/20130717/local/avila/europa-otorga-empresas-carta-2013071711807.html> (Consulta: 19 de mayo de 2014).

### Recursos electrónicos

- Aeropuertos de Castilla y León:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Aeropuerto\\_de\\_Castilla\\_y\\_Le%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Aeropuerto_de_Castilla_y_Le%C3%B3n)  
(Consulta: 15 de mayo de 2014).
- Alicia García, consejera de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León.  
“Acudimos a FITUR destacando la intensa programación cultural de la Comunidad durante todo 2014”.  
<http://www.fiturnews.com/protagonistas/Alicia-García-Consejera-de-Cultura-y-Turismo-de-la-Junta-de-Castilla-y-Leon.asp?CodigoNoticia=775>  
(Consulta: 5 de abril de 2014).
- Calendario de promoción 2014 en Castilla y León.  
[http://www.turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?pgseed=1399969944967&idContent=561670&locale=es\\_ES&textOnly=false](http://www.turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?pgseed=1399969944967&idContent=561670&locale=es_ES&textOnly=false) (Consulta: 7 de abril de 2014).
- Camino de Santiago Francés a su paso por Castilla y León.  
[http://www.turismocastillayleon.com/cm/jacobeo/tkContent?idContent=541363&locale=es\\_ES&textOnly=false](http://www.turismocastillayleon.com/cm/jacobeo/tkContent?idContent=541363&locale=es_ES&textOnly=false) (Consulta: 29 de mayo de 2014).
- Camino de Santiago. Vía de la Plata por Castilla y León.  
<http://www.turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=10&textOnly=false> (Consulta: 30 de mayo de 2014).
- Campos de golf en Castilla y León.  
[http://turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=534778&locale=es\\_ES&textOnly=false](http://turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=534778&locale=es_ES&textOnly=false) (Consulta: 21 de mayo de 2014).
- Cañadas reales que pasan por Castilla y León.  
[http://www.turinea.com/uploads/documentos/documento\\_17\\_c.pdf](http://www.turinea.com/uploads/documentos/documento_17_c.pdf)  
(Consulta: 5 de junio de 2014).
- Carta Europea del Turismo Sostenible en los Espacios Protegidos.  
<http://www.ambientum.com/pdf/carta-europea.pdf> (Consulta: 28 de enero de 2014).
- Castilla y León participará en la ITB de Berlín.  
<http://www.ruralempresarial.com/castilla-leon-turismo-aleman/> Consulta: 5 de mayo de 2014).
- Castillos de Castilla y León.

- [http://turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=28&locale=es\\_ES&textOnly=false](http://turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=28&locale=es_ES&textOnly=false) (Consulta: 3 de mayo de 2014).
- Catedrales de Castilla y León.  
<http://turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=46>  
(Consulta: 2 de mayo de 2014).
  - Conjuntos patrimonio de la Humanidad de Castilla y León.  
[http://www.turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=32&locale=es\\_Es](http://www.turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=32&locale=es_Es) (Consulta: 2 de mayo de 2014).
  - Cuevas de Castilla y León.  
[http://turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=13&locale=es\\_ES&textOnly=false](http://turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=13&locale=es_ES&textOnly=false) (Consulta: 4 de junio de 2014).
  - Espacios naturales de Castilla y León.  
<http://www.jcyl.es/web/jcyl/MedioAmbiente/es/Plantilla100/1131977537178///> (Consulta: 3 de junio de 2014).
  - Fiestas de interés turístico internacional en Castilla y León: Semana Santa.  
[http://www.turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=74&locale=es\\_ES&textOnly=false](http://www.turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=74&locale=es_ES&textOnly=false) (Consulta: 28 de mayo de 2014).
  - Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad  
<http://www.ciudadespatrimonio.org/salaprensa/notaprensa.php?id=98>  
(Consulta: 21 de abril de 2014).
  - IET: movimientos turístico en fronteras (Frontur).  
<http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/mensuales/Nota%20de%20coyuntura%20de%20Frontur.%20Diciembre%202013.pdf>  
(Consulta: 6 de abril de 2014).
  - IFEMA-FITUR organiza el IV Workshop Hosted Buyers.  
[http://www.ifema.es/fitur\\_01/FiturB2B/index.htm](http://www.ifema.es/fitur_01/FiturB2B/index.htm) (Consulta: 15 de mayo de 2014).
  - Monasterios de Castilla y León.  
[http://www.castillayleonesvida.com/contenidos/arquitectura\\_religiosa/monasterios/monasterios.php](http://www.castillayleonesvida.com/contenidos/arquitectura_religiosa/monasterios/monasterios.php) (Consulta: 2 de mayo de 2014).
  - Museos de Castilla y León.  
[http://turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=79&locale=es\\_ES&textOnly=false](http://turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=79&locale=es_ES&textOnly=false) (Consulta: 3 de mayo de 2014).

- Oficinas de Turismo en el extranjero.  
<http://www.tourspain.es/Conozcamos/Oficinas/Paginas/default.aspx>  
(Consulta: 17 de mayo de 2014).
- Oficinas de Turismo en Alemania.  
<http://www.tourspain.es/es-es/Conozcamos/Oficinas/Paginas/Europa>  
(Consulta: 17 de mayo de 2014).
- Productos típicos de castilla y León.  
<http://www.euroresidentes.com/Alimentos/ccaa/castilla-leon.html>  
(Consulta: 5 de junio de 2014).
- Reales sitios en Castilla y león.  
<http://turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=4883>  
(Consulta: 3 de mayo de 2014).
- Rutas en barco en Castilla y León.  
<http://www.turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=10437>  
[&locale=es\\_ES&textOnly=false](http://www.turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=10437&locale=es_ES&textOnly=false) (Consulta: 3 de junio de 2014).
- Ruta de Isabel la Católica en Castilla y León.  
[http://www.isabellacatolica.es/es/recursos\\_localidad](http://www.isabellacatolica.es/es/recursos_localidad) (Consulta: 5 de junio de 2014).
- TURESPAÑA.  
<http://tourspain.es/es-es/Paginas/index.aspx> (Consulta: 17 de mayo de 2014).
- Touroperadores alemanes. (Visitcyprus.com).  
[http://visitcyprus.com/media/b2b\\_en/Tourism\\_Services/Tour\\_Operators/German\\_TO.pdf](http://visitcyprus.com/media/b2b_en/Tourism_Services/Tour_Operators/German_TO.pdf) (Consulta: 4 de mayo de 2014).
- Turismo enológico en Castilla y León.  
[http://www.turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=124&locale=es\\_ES&textOnly=false](http://www.turismocastillayleon.com/cm/turcyl/tkContent?idContent=124&locale=es_ES&textOnly=false) (Consulta: 8 de junio de 2014).





