

TURISMO EN VALLADOLID

MEMORIA 2023

Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid

SMTVA | Sociedad Mixta para la Promoción
del Turismo de Valladolid S.L.

INDICE

| | |
|---|-----|
| 1. Introducción..... | 3 |
| 2. Objetivos generales..... | 6 |
| 3. Recursos Humanos..... | 8 |
| 4. Infraestructuras..... | 9 |
| 5. Calidad..... | 10 |
| 6. Departamentos de productos o servicios turísticos..... | 11 |
| 6.1 Departamento de Información y Documentación..... | 11 |
| 6.2 Departamento de Congresos y Reuniones..... | 23 |
| 6.3 Departamento de Enoturismo y Gastronomía..... | 32 |
| 6.4 Departamento de Turismo Internacional..... | 45 |
| a. Turismo Internacional..... | 45 |
| b. Turismo Idiomático: Aprende español en Valladolid..... | 48 |
| c. Valladolid Film Commission..... | 60 |
| 7. Departamentos corporativos..... | 73 |
| 7.1 Departamento de Comunicación y Marketing..... | 74 |
| 7.2 Administración y Departamento Jurídico..... | 82 |
| 8. Redes turísticas destacadas..... | 87 |
| o 8.1 Red de Ciudades AVE..... | 87 |
| o 8.2 Red Saborea España | 90 |
| o 8.3 Red de Ciudades de Congresos SCB..... | 107 |
| o 8.4 Red de Cooperación de las Rutas del Emperador Carlos V... 111 | |
| o 8.5 Red Huellas Santa Teresa..... | 112 |

Anexo I Resumen datos estadísticos 2023. Observatorio turístico de Valladolid

Anexo II Balance de la encuesta a la demanda - Turismo en Valladolid. Informe 2023.

Anexo III Evaluación de la ejecución del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2021-2023. Período 2023

Anexo IV Evaluación de la ejecución del Plan de Acción DTI de Valladolid 2022-2023

Anexo V Balance del turismo en la ciudad de Valladolid 2023

1.- INTRODUCCIÓN

2023, EL AÑO DE LA PLENA RECUPERACIÓN

El año 2023 pasa a la “historia turística” de Valladolid, como **el año de la definitiva recuperación de la actividad tras el impacto de la pandemia del COVID19**. En un contexto en el que el concepto de “seguridad” prácticamente ha desaparecido de nuestro vocabulario, al menos en lo que se refiere a predicciones o proyecciones, y en el que la incertidumbre, debida a factores nacionales e internacionales, afecta constantemente al trabajo de los entes gestores, al menos podemos congratularnos de que la mayor crisis que hemos conocido en décadas, con impacto social y económico a todos los niveles, ha quedado atrás a juzgar por los datos que el pasado año nos proporciona.

2023, ha acompañado este hecho, común, por otra parte, a la inmensa mayoría de los destinos nacionales y europeos con los que competimos, de un hecho local de relevancia, como el **cambio, a mediados del ejercicio, de opción política en el equipo de Gobierno del Ayuntamiento de Valladolid, socio mayoritario de la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid SL (SMTVA)**. Este hecho, que suele acompañarse de una cierta ralentización de la actividad de gestión allí donde ocurre, no ha tenido ese impacto en nuestro caso, pues el ritmo de trabajo que teníamos en el primer semestre del año se ha visto incluso multiplicado en el segundo, por el impulso derivado de dos grandes factores:

a) la adscripción de la SMTVA a un Área Municipal centrada, por primera vez desde 2003 -año de la creación de la primera Concejalía con competencias en Turismo en el Ayuntamiento de la capital-, en la materia de Turismo (a la que acompañan materias de evidente sinergia, como las de Eventos y Marca Ciudad, con el mantenimiento de la práctica totalidad del equipo técnico.

b) y el efecto tractor de grandes proyectos como la organización de la 38ª Gala de los Premios Goya en Valladolid (celebrada hace poco más de un mes

2023, por otra parte, con mucho mayor retraso del que habría sido deseable, por la importante complejidad burocrática asociada a dicha gestión, ha supuesto la **puesta en marcha de los Planes de Sostenibilidad Turística en Destino de Valladolid** (Valladolid Creacity y Valladolid Centro de la Cultura del Vino), que si bien tendrán un impacto en el sector turístico de Valladolid en los años venideros, aún no han supuesto una carga de trabajo notable para la SMTVA ante la imposibilidad jurídica de asignar a nuestra entidad el rol de ente gestor de los planes, que en la práctica, y desde hace 15 años ejercemos sobre el destino.

Finalmente 2023, veinte años después de la aprobación del primer plan estratégico de turismo local: el Plan de Excelencia Turística, **pone fin al Plan Estratégico de Turismo “Avanzando el futuro” 2021-2023**, lanzado con la actual Gerencia de la SMTVA, y **que se ha visto plenamente cumplido**.

Más allá de los grandes titulares, **los datos habituales de afluencia y ocupación han sido excelentes en 2023**, si bien algo inferiores en el segmento hotelero a los registrados en 2019, concurriendo en este ejercicio varios factores muy relevantes:

a) estos datos se dan **en un contexto de fuerte incremento de la oferta de plazas en VUT** (viviendas de uso turístico).

b) se dan acompañados de un **fuerte crecimiento de los datos de rentabilidad hotelera**,

c) y se dan en un contexto de **fuerte crecimiento de la afluencia de visitantes extranjeros**, cuyas pernoctaciones crecen a un ritmo muy notable.

Otros indicadores, cuantitativos y cualitativos, son también muy favorables en segmentos como hostelería, turismo deportivo o MICE, destacando la consolidación alcanzada en la actividad de promoción de los rodajes audiovisuales, con el estreno de la primera temporada de la serie para TV “Memento Mori”, que ha alcanzado posiciones de liderazgo durante semanas en las pantallas.

Ello nos muestra un **sector turístico local que se recupera a ritmo sólido en la práctica totalidad de subsectores**, lo que refuerza el sentido del trabajo de la política de promoción y gestión turística de la SMTVA, entidad presidida por el Ayuntamiento de Valladolid, y que cuenta con la participación societaria de la Diputación Provincial, la Cámara Oficial de Comercio e Industria, la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y, la Asociación de Hoteles de Valladolid, una entidad que continúa consolidándose como el referente público-privado para los principales proyectos de impulso a la actividad turística en Valladolid y su entorno.

Una tarea que ha llevado a cabo un **equipo de la SMTVA muy ajustado que ha vuelto a demostrar una capacidad excelente de escucha y adaptación a las circunstancias cambiantes**. Tanto en los aspectos de gestión interna, como en la generación y promoción de productos y la atención a los diferentes servicios, la empatía con el conjunto de agentes empresariales y sociales del sector turístico local nos ha permitido apoyarles y atenderles sin límite de esfuerzo, como ya se hizo desde 2020, pero además compaginando ese trabajo con la atención a un número de visitantes y de proyectos superior al que existía antes de la pandemia.

Junto a las instituciones y entidades vertebradoras de la SMTVA, un **amplio y diverso conjunto de agentes ha encontrado su espacio de debate y colaboración en**

la **Mesa del Turismo**, que acoge un ecosistema variado de empresas, colectivos, entidades de todo tipo que hacen de la actividad turística el elemento único o destacado de su profesión, o en cuyo campo de interés tiene un impacto relevante el fenómeno turístico. Para todos nosotros, con las lógicas diferencias por sectores en función de sus propias características o de la dependencia de factores como la movilidad internacional o la demanda doméstica, que hemos apuntado, 2023 ha sido el año de la recuperación, reflejada con claridad en la mejora progresiva en las grandes cifras clásicas, pero también en otros indicadores menos habituales en el análisis y que podremos observar a lo largo de esta Memoria.

Una **Memoria** sirve como **documento de resumen de todos esos esfuerzos, proyectos, anhelos y colaboración a lo largo del año, y como modo de agradecimiento a todas las personas, entidades e instituciones** que hacen posible nuestra actividad, y que serán claves para que el duro trabajo realizado se haga realidad sólida y duradera en el marco de un nuevo Plan Estratégico de Turismo 2024-2027.

No podemos terminar esta introducción a la Memoria 2023 de la SMTVA sin recordar una pequeña efemérides: **hace 15 años, bajo el liderazgo del Ayuntamiento de Valladolid, y con el apoyo de la Diputación provincial, la Cámara de Comercio e Industria y la Asociación provincial de Hostelería** (que en ese momento agrupaba también a la práctica totalidad de hoteles), **se pone en marcha este proyecto**. En estos 15 años, que no hemos celebrado, porque entendemos que simplemente hemos hecho nuestro trabajo, **corresponde recordar a todos los compañeros y responsables políticos que han contribuido a que esta, con sus luces y sombras, haya sido hasta el momento una historia de éxito**. Una historia que parte de un “punto turístico” - terminología INE para referirse a los Municipios turísticos- que en 2003 no existía para esta entidad estadística, y que hoy, 15 años después, es líder en redes nacionales, cuenta con reconocimiento a sus principales productos y servicios, y se configura como una voz activa en un sector de alta competencia y excelencia.

2.- OBJETIVOS GENERALES 2023

Los **objetivos generales** que nos fijamos en la **SMTVA para 2023** se han alcanzado, en especial el de **recuperar y superar el nivel de actividad de 2019**, salvo en el concreto caso de los datos de ocupación en establecimientos hoteleros reglados (y aún en este caso, alcanzando porcentajes superiores al 95%, superando registros en términos de pernoctación y rentabilidad).

1.- En el campo de trabajo coordinado, **la Mesa de Turismo** ha recuperado su actividad ordinaria, participando activamente en la finalización y evaluación del Plan estratégico de Turismo 2021-2023.

2.- En el campo de la **Oferta turística**, el año 2023 ha continuado -pese a los embates de factores como las dinámicas cambiantes y la inflación- el trabajo de adaptación y puesta en marcha de formatos, horarios, y soportes *en todos los segmentos de la misma: desde el Urbano-Cultural, Deportivo, Eno-Gastronómico, o de Reuniones y Congresos, hasta el de Aprendizaje del Español, de Eventos, turismo medioambiental, turismo accesible o turismo sénior.*

Se han *incrementado las acciones de promoción y atención a los potenciales visitantes*, con especial atención a los subsectores más afectados por la pandemia (MICE e idiomático), y “echado el resto” en campos tradicionales como el enogastronómico o el deportivo, para los que 2023 ha superado con creces las expectativas.

3.- 2023 ha sido un año en el que hemos podido consolidar el **desarrollo de nuevos productos y servicios**, ampliando el catálogo de venta, las acciones de promoción, y el desarrollo de eventos o acciones especiales, destacando el campo gastronómico, con la *segunda edición del concurso de tapas en barrios* de la mano de la Asociación provincial de Empresarios de Hostelería, o la intensificación de las acciones para promocionar la afluencia de visitantes en temporadas de tradicional baja ocupación con la *campaña integral de turismo de Navidad*, impulsada por el Ayuntamiento de Valladolid, junto a numerosos agentes privados: desde las asociaciones de comerciantes o artesanos, a todo tipo de empresas y asociaciones colaboradoras, en la que la SMTVA ha tenido un protagonismo especial, en el campo de la dinamización de los espacios públicos, la iluminación navideña y la promoción exterior.

4.- En el campo de la **Inteligencia de mercado y la digitalización**, continuamos con la apuesta por contar con un sector adaptado a las nuevas tecnologías, y con una entidad de gestión que disponga de herramientas de investigación y facilite el uso del Big Data para mejorar la gestión y marketing generales del destino, y de cada uno de los productos y servicios particulares. *2023 ha supuesto la finalización de la primera fase de actividad dentro de la Red DTI*, cuyo distintivo incorporamos oficialmente en 2021,

afrontando un ambicioso y exigente plan bienal de acción DTI, que hemos desarrollado completamente en 2023 y que dará lugar a un nuevo plan de acción 2024-2025.

5.- Otro de los elementos que hemos podido trabajar con más intensidad en el año 2023 ha sido el de la **Sostenibilidad**, en una realidad social que ya es plenamente consciente de los impactos económicos, sociales y ambientales que toda actividad genera, y que se hace cada vez más patente en el campo de turismo. La puesta en marcha, aún con cierto retraso sobre las expectativas, de los *dos mencionados Planes de Sostenibilidad Turística*, es el mejor ejemplo, pero solo la punta del iceberg de una actitud que ha llegado para quedarse y que debe formar parte del ADN de nuestra entidad de gestión y del destino en su conjunto, como lo demuestran el éxito de las acciones de inicio de los proyectos SICTED y Economía Circular, de la mano de SEGITTUR y con la colaboración de la Cámara Oficial de Comercio e Industria y numerosas empresas de Valladolid y su entorno.

6.- No debemos finalizar este primer balance de los objetivos para 2023 sin incidir en una cuestión que aunque mantenemos en el “debe” de nuestro destino parece que apunta a una mejora notable: el **turismo internacional**. Este año 2023 *hemos apreciado en Valladolid un porcentaje de visitantes internacionales nunca antes visto* -cerca del 20% en el conjunto de datos INE, superando el 25% en los datos de los establecimientos afiliados a la Asociación de Hoteles de Valladolid-. *Seguimos con unos niveles absolutos por debajo del potencial de nuestro destino*: en el campo enogastronómico, patrimonial, de oferta cultural, deportivo... pero qué duda cabe estamos en una senda prometedora para un segmento de demanda que es el que podrá suponer un salto de división real para Valladolid y su entorno, y a él debemos dedicar una especial atención en los años venideros tanto en la configuración de productos específicos para el mercado internacional, como en la promoción internacional de nuestros productos ya tradicionales, y siguiendo con la especial implicación en las redes de destinos que más potencial tienen en ese ámbito: Spain Film Commission o Saborea España.

3.- RECURSOS HUMANOS

En la SMTVA hemos trabajado durante todo el año 2023 siete profesionales técnicos bajo contrato fijo e indefinido, y un gerente bajo contrato de Alta Dirección.

- Gerente: Juan Manuel Guimeráns Rubio.
- Coordinador general: Gabriel Ureta Alonso (responsable igualmente de MICE).
- Coordinador de Programación: Carlos Heredero del Campo.
- Departamento de Comunicación y Marketing: Pilar Ibarlucea López.
- Departamento de Enogastronomía: Rodrigo Criado del Rey.
- Departamento de Turismo Internacional (incluye español para extranjeros y Valladolid Film Commission-): María Loreto Arenales Gómez.
- Departamento de Información Turística: Beatriz Olga Martínez Sánchez.
- Contabilidad: José Mario Neira Juan.

2023 ha sido un año de cambios relevantes en el equipo humano, toda vez que hemos tenido una baja muy sensible, en octubre, de una profesional de gran trayectoria en la entidad, en concreto en el importante Departamento de Comunicación y Marketing -Clara Saavedra González-, por finalización del tiempo máximo legal de su contrato de duración determinada-. Por otra parte, hemos podido finalizar el proceso de consolidación de puestos temporales previsto en la Ley de Presupuestos Generales del estado para 2022, lo que ha determinado que a fecha 31/12/2023 formen ya parte de la plantilla indefinida:

- Ruth Albillo Miguel, Macarena Bustamante y Carmen Heras (Información Turística)
- Marisol Galindo Gómez (Secretaría de Gerencia)
- Julia Laherrán Rodríguez (Técnico jurídico, cuya incorporación de derecho se hace ya en enero de 2024)

Desde noviembre hemos contado con una nueva compañera en tareas de Comunicación y Marketing (con carácter temporal): Laura Rubio Vicente, y a lo largo del año hemos contado con personas de apoyo durante diferentes, como auxiliares de información, dada la variabilidad de dicha tarea.



Letras vegetales de Valladolid en Plaza Zorrilla. SMTVA

4.- INFRAESTRUCTURAS

La SMTVA ha gestionado en 2023 las siguientes oficinas de atención:

- **Oficina de Turismo de la Acera de Recoletos.**
- **Oficina de Turismo de San Benito.**
- **Punto de información turística en la Estación de ferrocarriles de Valladolid-Campo Grande.**
- La SMTVA gestiona, además, las visitas turísticas a las instalaciones de **la torre sur de la Catedral de Valladolid**, y las Salas de Exposiciones de las dos Oficinas de Turismo.



Oficina de Información Turística principal, en la Acera de Recoletos. SMTVA



Punto de información turística Estación de ferrocarriles de Valladolid, Campo Grande. SMTVA

5.- CALIDAD



El Comité de Certificación del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) refrendó, en 2023, la “Q” de calidad a la Oficina de Turismo de la Acera de Recoletos que empezó a obtener esta certificación en 2012.

La obtención de la “Q” y el perfeccionamiento del personal que trabaja en la Oficina de Turismo se ha producido tras un proceso de formación y revisión del inmueble que ha permitido controlar los procedimientos implantados por la Norma de Calidad.

En 2023, nos hemos incorporado plenamente al SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística en Destino), impulsado por la Secretaría de Estado de Turismo y la Federación Española de Municipios y Provincias, habiendo obtenido la habilitación como Gestor SICTED mediante la realización del correspondiente curso organizado por la SETUR y la FEMP. El SICTED se trata de un modelo de gestión de la calidad integral enfocado hacia la mejora continua de la gestión y la puesta en valor de los recursos turísticos, que en colaboración la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Valladolid hemos comenzado a extender en 2023, con XXX empresas en formación.

2023 ha sido el año de la finalización de nuestro primer periodo de acción en la Red DTI (Destinos turísticos inteligentes), impulsada por SEGITTUR. No solo es Valladolid una de las primeras capitales de turismo de interior que obtiene dicho distintivo, sino que se ha convertido en destino referente en proyectos de digitalización y sostenibilidad.



6. DEPARTAMENTO DE PRODUCTOS O SERVICIOS TURÍSTICOS

6.1 Departamento de Información y Documentación

En junio del año 2023 el departamento de Información de la Oficina consolida tres plazas de auxiliares. Realizado el proceso de consolidación ocupan los tres puestos: Ruth Albillo, Macarena Bustamante, Carmen Heras que junto con el técnico Beatriz Martínez conforman el personal de atención de la Oficina de Acera de Recoletos de la Sociedad Mixta.

Este Departamento se encarga -además de la coordinación e impulso de las acciones dentro del sistema SICTED y el seguimiento del Plan de Acción Valladolid DTI- de las siguientes tareas:

- La **difusión de la información turística**.
- El **control de calidad** de la misma.
- La **estrategia de difusión de la información** turística.
- La gestión y **programación de visitas guiadas**.
- **Planificación y edición de folletos** turísticos.

La atención al turista y al público en general se realiza directamente desde nuestros tres centros de información:

Centro de Recursos Turísticos. Oficina principal de turismo.

Situado en el Pabellón de Cristal, C/ Acera de Recoletos, s/n.

Abierto todo el año, excepto el 24, 25 y 31 de diciembre, y el 1 y 6 de enero.

Oficina de Turismo de San Benito

Abierto todo el año, excepto el **24, 25 y 31 de diciembre, y el 1 y 6 de enero.**

Oficina de Turismo de Estación de trenes

Horarios de atención al público:

De martes a sábado de 10.00 a 14.00 y de 17.00 a 20.00. Domingos de 10.00 a 14.00.

Punto de información apoyo al peregrino

De marzo a octubre, los martes y viernes, los voluntarios del albergue de peregrinos de Puente Duero ofrecen información acerca del Camino de Santiago en la Oficina de Turismo principal de Acera de Recoletos.

- **Celebración “Día mundial del Turismo” 27 septiembre.** Realización de Visitas guiadas y Bus Turístico gratis desde el día 22 a 27 de septiembre, han participado un total de 750 personas:
 - **Valladolid Histórico**, 6 pases
 - **Ríos de luz**, 4 pases
 - **Torre de la Catedral**, 5 pases
 - **Bus Turístico**, 2 pases
- **Tren de José Zorrilla.** Se ha mantenido el acuerdo de colaboración entre la empresa **RENFE** y el Ayuntamiento de Valladolid, a través de la Sociedad Mixta, para promocionar el turismo a nuestra ciudad entre los ciudadanos madrileños. Mostrando el billete del trayecto Madrid-Valladolid en las Oficinas de Turismo, el turista puede disfrutar de una visita guiada o recibir una Valladolid-Card.
- **Tarjetón de Renfe.** La colaboración con RENFE está presente a lo largo del año, promocionando en los distintos tarjetones publicitarios las visitas guiadas o bien la agenda cultural de la ciudad en cada campaña.



Tarjetón Renfe

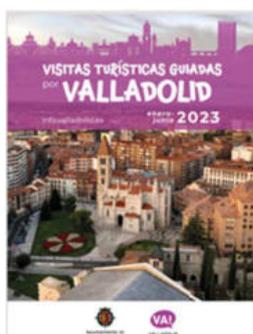
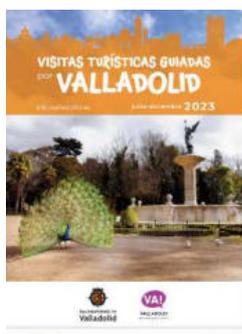
- **Colaboración con Renault.**

Se mantiene el convenio de colaboración con Renault facilitando visitas guiadas a los grupos y regalo de Valladolid-Card.

1.2 VISITAS GUIADAS

- **VISITAS GUIADAS DE FIN DE SEMANA**

Editamos dos folletos semestrales (de enero a junio y de junio a diciembre) y 4 hojas volanderas en las estaciones para presentar las novedades. Este planteamiento ahorra trabajo y consolida las reservas. A estos dos folletos se añaden **la Campaña de Semana Santa y la Campaña de Navidad** que cuentan con un folleto específico.



Portadas folletos “Visitas Guiadas 2023”. SMTVA

- **VISITAS GUIADAS ESPECIAL SEMANA SANTA**

Con una programación amplia de **12 rutas diferentes** de las que 4 de ellas son de temática principalmente religiosa. Se complementa el programa con la Exposición fotográfica en la Sala de San Benito “**Tres semanas, un encuentro**”, dedicada las **Semanas Santas de Medina del Campo, Medina de Rioseco y Valladolid.**

- **VISITAS GUIADAS ESPECIAL NAVIDAD**

La **Campaña de Navidad** se ha iniciado el **día 23 de noviembre** con el encendido de las luces de la ciudad hasta el día **8 de enero de 2024**. Ha sido una campaña de éxito en las visitas infantiles y también de afluencia de público a la Oficina de Turismo de Acera de Recoletos con motivo del Belén de Playmovil expuesto.



- **VISITAS GUIADAS ESPECIAL PUENTES**

Durante el año 2023 se ampliaron las visitas guiadas y salidas extras del Bus Turístico en fechas señaladas durante la festividad del **23 de abril, 1 de Mayo, 15 de agosto, 12 de Octubre** así como el **punto de la Inmaculada del 8 de Diciembre.**

- **NOVEDADES EN VISITAS GUIADAS**

Durante el año 2023 por el compromiso creado para dinamizar las colecciones museísticas de la ciudad hemos incorporado dos nuevas Visitas guiadas al Museo de San Joaquín de Fabio Nelli y al Museo Oriental.

- **Ruta “Lo que Valladolid esconde”**

Visitamos piezas especiales del Museo de San Joaquín y Santa Ana y el Museo de Fabio Nelly.

- **Ruta “Museo Oriental”**

Visitamos una de las mejores colecciones privadas que hay en Valladolid.

- Ruta “Voy a pasármelo bien”



Visita guiada “Voy a pasármelo bien”.
SMTVA

De enero a junio se ha realizado todos los domingos la ruta teatralizada “**Voy a pasármelo bien**”. La película se ha realizado como homenaje a los **Hombres G**, y ha sido rodada casi íntegramente en nuestra ciudad.

- Ruta “La memoria del Palacio”. Palacio Real de Valladolid

Con motivo de la celebración del V Centenario del Palacio Real esta visita teatralizada permite mostrar los rincones más desconocidos de este emblemático edificio.

- Ruta “Memento Mori”

Aprovechando el estreno de la serie para Amazon, basada en la novela de César Pérez Gellida, hemos retomado todos los sábados la visita guiada teatralizada de “Memento Mori”, basada en su novela. Es un clásico que siempre tiene mucho público interesado en realizarla.

• **RUTAS ORIENTADAS AL TURISMO FAMILIAR**

El Club de los Sabuesos, creado como una marca de visita guiada para familias incorpora varias aventuras:

- Ruta “Aventura en el Campo Grande”.

- Ruta “El misterio de las piedras”. Archivo de San Agustín”

- Ruta “Los Fantasmas de Fabio Nelli”. Museo de Fabio Nelly

- Ruta “Las Huellas misteriosas del Palacio”. En el Palacio Real.

- Academia de Caballería para familias.

- Ruta “Érase una vez Valladolid”



Logo Sabuesos. SMTVA



Visita familiar a Museo Fabio Nelli. SMTVA

1.3 VISITAS GUIADAS ESPECIALES PARA GRUPOS

Durante el año 2023 se han organizado visitas guiadas para los siguientes grupos:

- **Colaboración con los departamentos de productos de la Sociedad Mixta, Congresos, Enogastronomía y Enseñanza del Español:** Visitas guiadas específicas para el programa de acompañantes e invitados dependiendo de los eventos programados en agenda.
- **Colaboración con las distintas concejalías:**
 - Concejalía de Movilidad y Espacio Urbano,** con motivo de la “**Semana Europea de la movilidad 2023**”, colectivos de **Plena de Inclusión**, incluyendo rutas con recorridos accesibles por la ciudad. Visitas guiadas siguiendo las directrices y objetivos **del Plan de Valladolid Accesible**, sostenible, de inclusión, e igualdad.
 - Concejalía de Educación, Infancia, Juventud e Igualdad:** a través del programa “**Conoce tu ciudad**” visitas guiadas a los centros educativos de secundaria de la ciudad. Visitas para los grupos del programa “**Valla-Noche**” y “**Valla Tarde**”, población adolescente, para el C.A.I. (Centro de Atención al Inmigrante).
 - Concejalía de Participación Ciudadana y Deportes,** visitas guiadas para grupos de **Participación Ciudadana**, visitas para los grupos de **la Cruz Roja**.
- **Colaboración con el III Plan de infancia. Área de Educación, Infancia Juventud e igualdad.** Realización del programa de Visitas guiadas de carácter familiar.
- **Erasmus Student Network y programa Erasmus + de la UVA de Valladolid:** Visitas realizadas para la Asociación de estudiantes de intercambio internacional, incluyendo visitas a la torre de la Catedral.
- **Visitas con los Grupos de RENAULT por el convenio firmado con RENAULT**

RESUMEN DE RUTAS GUIADAS PROGRAMADAS EN 2023

| | |
|---|--|
| <p><u>VISITAS SIN TEATRALIZAR</u></p> <p>Valladolid Histórico</p> <p>Ríos de Luz</p> <p>Ruta Arqueológica</p> <p>Academia de Caballería</p> <p>Valladolid y Vino</p> <p>Palacio Real</p> <p>Patios Renacentistas</p> <p>Valladolid en Idiomas</p> <p><u>Visitas Semana Santa</u></p> <p>Ruta de las 7 Iglesias</p> <p>Ruta Cristo de la Luz</p> <p>Ruta potajes y dulces de Pasión</p> <p>Ruta Paso a Paso</p> <p>Ruta Cofradías y Procesiones</p> <p>Ruta de El Hereje</p> | <p><u>VISITAS TEATRALIZADAS</u></p> <p>Misterios de Valladolid</p> <p>Fantasmas y Más</p> <p>Reinas en Valladolid</p> <p>Voy a pasármelo bien</p> <p>Memento Mori</p> <p>La Memoria del Palacio</p> <p><u>Turismo Familiar</u></p> <p>Las Huellas del Palacio</p> <p>Academia de Caballería familiar</p> <p>La ciudad brillante</p> <p>Valladolid una historia divertida</p> <p>La búsqueda del libro oculto</p> <p>El misterio de las piedras valiosas</p> <p>El Bus de la Navidad</p> <p>Érase una vez Valladolid, en Navidad</p> <p>El secreto de Oriente</p> |
|---|--|

ESTADÍSTICA PARTICIPANTES TOTALES VISITAS GUIADAS.

Suma de participantes en Campañas y grupos privados

| 2023 | 2022 | 2021 | 2020 |
|--------|--------|--------|--------|
| 31.518 | 31.764 | 21.865 | 15.047 |

1.4 GESTIÓN DEL BUS TURÍSTICO

El Bus Turístico es un recurso disponible para el visitante todos los fines de semana de **viernes a domingo** y en **fechas festivas especiales**. Por el Convenio con AUVASA la gestión del Bus corre a cargo de la Sociedad Mixta de Turismo y su mantenimiento corresponde a AUVASA.

Salidas especiales para grupos: El Bus se puede alquilar para grupos con coste fuera del horario habitual de fin de semana.



Bus Turístico. SMTVA

COMPARATIVA ESTADÍSTICAS USUARIOS BUS TURÍSTICO

| 2023 | 2022 | 2021 | 2020 |
|-------|-------|-------|-------|
| 5.752 | 6.102 | 5.761 | 1.989 |

1.5 PRESENTACIONES Y FERIAS

El Departamento de Información y Documentación es el encargado de **coordinar el material informativo** que se ofrece en estos eventos, con **stand** propio atendido por personal contratado. Las citas nacionales anuales han sido:

- **Madrid Fusión 2023.**
- **Feria FITUR 2023** celebrada este año con plena normalidad. Ha servido de marco para la recepción del distintivo de Valladolid como destino Turístico Inteligente DTI por parte de Segittur.
- **Concurso Nacional de Pinchos y Tapas, noviembre 2023.**
- **Ferias y Fiestas de Valladolid 2023.** Stand en Feria de Valladolid.
- **Feria INTUR 2023,** noviembre.



1.6 EXPOSICIONES

La sala de Exposiciones de la Oficina de Turismo de Acera de Recoletos sigue ofreciendo muestras interesantes a lo largo del año 2023 con el criterio de la conexión directa con materias de interés y/o contenido turístico. Exposiciones ofrecidas en la Sala de Acera de Recoletos:

- Exposición “**AUVASA de nuevo**”, febrero 2023
- Exposición “**Impulsa Igualdad**”, **Predif** noviembre 2023
- Exposición del **Belén de Playmobil en Navidad 2022-23**, de ACYCOL.

Exposiciones mostradas en la Sala de San Benito:

- Exposición “**Exposición Arqueológica**” **enero 2023**
- Exposición “**Tres Semanas, un Encuentro**” **Semana Santa 2023**.
- Exposición “**Photoespaña**” de junio a agosto.
- Exposición “**400 Años de la Virgen de la Vera Cruz**”. junio 2023
- Exposición “**Exposición Flamenco-India**” Casa de la India, octubre-noviembre.
- Exposición “**Valladolid en los Goya**”, noviembre- diciembre 2023

1.7 CHARLAS INFORMATIVAS

Charlas informativas que se realizan desde el Departamento de información y tienen por objeto mostrar a los distintos centros y organismos, Policía Municipal, centros de enseñanza profesional, etc. Jornadas informativas en Semana Santa en Abril para el personal técnico de Hoteles, etc.



Charla formativa SS

2. ACCIONES DE COORDINACIÓN

El Departamento de Información y Documentación proporciona información turística gestionando y coordinando las siguientes áreas:

| ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INFORMACIÓN | IDIOMAS |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Local. • Provincial. • Regional. • Información básica sobre destinos nacionales. | <ul style="list-style-type: none"> • Español. • Inglés. • Francés. • Alemán. • Italiano. |

| CANALES DE DIFUSIÓN | CONTENIDOS |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Presencial. • Telefónica. • Correo electrónico. • Correo postal. • Consultas web. • Redes sociales. • Consulta de los monumentos BIC. | <ul style="list-style-type: none"> • Monumentos. • Servicios. • Recursos naturales. • Rutas turísticas. • Enoturismo. • Gastronomía. • Actividades culturales. • Alojamientos. |

2.1 COORDINACIÓN EN LA PROGRAMACIÓN DE ACCIONES Y ACTIVIDADES

Coordinación con áreas del Ayuntamiento, empresas turísticas, el sector privado y público es esencial y necesaria para conseguir un destino DTI. Colaboración con la Cámara de comercio proyecto SICTED además de entidades culturales, museos, edificios históricos, etc. así como con el equipo de guías de turismo y la empresa que realiza las teatralizaciones.

2.2 APLICACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

Mantenemos los programas de **gestión de venta y reserva de entradas**, a través del programa “**Patrón Base**”, que facilita todas las tareas **presenciales y la venta on-line**.

Colaboración de la plataforma **CIVITATIS** con la venta de entradas on-line.

Presencia en **redes sociales** para la difusión de la promoción turística a través de nuestra web, las cuentas de Instagram, Twitter y Facebook.

2.3 DATOS ESTADÍSTICOS

Durante el año 2023 la Universidad de Valladolid es la empresa responsable de la recogida de los datos estadísticos y posterior elaboración en el marco del Observatorio turístico de Valladolid.

Datos estadísticos mensuales de todas las actividades realizadas desde la Oficina de Turismo: el registro presencial en el CRT, la oficina de información de San Benito, la oficina de información de Renfe, estadísticas de visitantes en la torre de la Catedral, consultas web, correo postal, puntos móviles de información y participantes en las visitas guiadas.

| COMPARATIVA ANUALES 2023-2022-2021 | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|
| VISITANTES | 2023 | 2022 | 2021 |
| Centro de Recursos Turísticos | 67.413 | 66.231 | 61.934 |
| Oficina de San Benito | 39.545 | 29.329 | 23.428 |
| Oficina Turismo de RENFE | 9.724 | 6.370 | ---- |

| | | | |
|---------------------------------|------------------|------------------|----------------|
| Visitas Turísticas Guiadas | 31.518 | 22.120 | 21.018 |
| Consultas web | 1.044.549 | 1.345.278 | 816.343 |
| Valladolid Card | 6.890 | 9.110 | 6.533 |
| Visitantes Torre de la Catedral | 7.265 | 6.364 | 5.761 |

Fuente: Elaboración propia.

2.4 QUEJAS Y SUGERENCIAS

Se gestiona el servicio de quejas y sugerencias en base a los procedimientos establecidos por la **Norma “Q” de Calidad**, a la que está adherido el Centro de Recursos Turísticos de Acera de Recoletos (Pabellón de Cristal).

2.5 VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Se realiza la venta de los siguientes productos y servicios turísticos:

- Entradas para las visitas guiadas.
- Tarjeta turística promocional, Valladolid Card.
- Merchandising y material promocional, que se renueva periódicamente.

3. GESTIÓN DEL MATERIAL DOCUMENTAL

3.1 PUBLICACIONES DE FOLLETOS TURÍSTICOS

En el año 2023 se ha reeditado y actualizado el folleto: **“Ruta Valladolid Monumental”**, **plano plegado de Valladolid, plano taco**. Se ha editado un nuevo folleto el juego de **“Marco Topo en Valladolid”** dirigido al turismo familiar.

3.2 CONTROL DEL STOCK

La documentación relativa a la oferta turística local, provincial y regional, sobre transporte, alojamientos, productos y servicios turísticos, monumentos, recursos naturales, enoturismo, gastronomía, ETC. así como del material de merchandising, se registra y se actualiza regularmente con un **programa Excel**.

3.3 DISTRIBUCIÓN DEL MATERIAL INFORMATIVO Y PROMOCIONAL

Preparación de “**Welcome Pack**” a los centros de información permanentes y temporales, congresos, instituciones, intercambios escolares con alumnos extranjeros, etc. En el año 2023 ha habido 1.798 peticiones con entrega de 399.125 dossiers.

ENTIDADES COLABORADORAS DURANTE EL AÑO 2023

Todas las actividades anteriormente citadas han podido ser programadas por el Departamento de Información y Documentación gracias a la estrecha colaboración y coordinación con las siguientes entidades:

| EDIFICIOS CIVILES | EDIFICIOS RELIGIOSOS |
|--|---|
| Palacio Real | Catedral de Valladolid |
| Academia de Caballería | Iglesia de San Benito |
| Museo Patio Herreriano y San Benito | Iglesia del Salvador |
| Museo Nacional de Escultura | Iglesia de San Pablo |
| Casa Museo Cervantes | Iglesia de San Martín |
| Museo Fabio Nelli | Convento de Santa Isabel |
| Archivo Municipal. Archivo de San Agustín | Iglesia de San Miguel y San Julián |
| Museo de Zorrilla y Museo Oriental | Monasterio de la Concepción |
| | Monasterio de San Joaquín y Santa Ana |
| OTRAS ENTIDADES COLABORADORAS | |
| Turespaña | Hostelería de Valladolid |
| Fundación Siglo - Junta de Castilla y León | C.O.E. |
| Diputación Provincial de Valladolid | AUVASA |
| Fundación Municipal de Cultura | Hoteles de Valladolid |
| Ayuntamiento de Valladolid | Oficinas de Turismo de la Provincia de Valladolid |
| Centros Personas Mayores de Diputación | Instituciones de Enseñanza, IES |
| ASPAYM | Universidad de Valladolid - UVa |
| Espacio Joven Matadero y Rondilla | C.A.I. Centro Ayuda al Inmigrante |
| Cruz Roja | PREDIF |
| Belgravia Producciones S.L. | ACYCOL |
| RENFE | “Plena inclusión” Castilla y León |
| Revista “Vive disfrutando” | Viajes el Corte Inglés |
| Revista “Chiquiocio” | Cámara de Comercio de Valladolid |

6.2 Departamento de Congresos y Reuniones

El departamento de congresos y reuniones, al frente del cual se encuentra el Coordinador de la SMTVA, Gabriel Ureta, es el departamento en el segmento turístico MICE, en colaboración directa con la Asociación Provincial de Alojamientos Turísticos de Valladolid (Hoteles), la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería, con la Cámara de Comercio y su Escuela Internacional de Cocina, con la Asociación Regional de Organizadores de Congresos (OPCCYL), con las sedes congresuales de la ciudad, y, con empresarios del sector turístico local.

Su misión es *doble*:

- En primer lugar, **la coordinación local de Valladolid**, tanto a nivel de relación con empresas y prescriptores locales, como sobre calendarios y programación. Apoyando los eventos y congresos que se celebran en nuestro destino.
- En segundo lugar, **la promoción exterior de Valladolid** como destino de congresos

CALENDARIO DE EVENTOS REALIZADOS EN VALLADOLID EN 2023

| MES | EVENTO | FECHAS | DIA | NOCHES TOTAL |
|------------|---|----------|-------|--------------|
| 1. ENERO | PINGÜINOS. | 12-15 | 1.000 | 4.000 |
| 1. ENERO | CONGRESO DIABETES, OBESIDAD Y NUTRICIÓN SOCIEDAD ESP MEDICINA INTERNA | 26-27 | 250 | 500 |
| 2. FEBRERO | CONGRESO NACIONAL MOVILIDAD DGT | 2, 3 | 350 | 700 |
| 2. FEBRERO | CURSO DE ORTOGERIATRIA | 10-11 | 150 | 300 |
| 2. FEBRERO | FERIA ROBOTICA UVA | 15-17 | 200 | 600 |
| 2. FEBRERO | FORO DE LA CULTURA T CALDERON | 23-26 | 300 | 1.200 |
| 3. MARZO | FINE WINE TOURISM EXPO. FERIA DE VALLADOLID | 1-2 | 200 | 600 |
| 3. MARZO | CARRERA RIOS DE LUZ | 5 | | |
| 3. MARZO | JORNADAS ESTRATEGICAS OPERATIVAS POLICIA NACIONAL | 6-7-8 | 80 | 160 |
| 3. MARZO | CONVENCION TELEFONICA | 7-8 | 160 | 320 |
| 3. MARZO | CONVENCION NACIONAL DE CONCESIONARIOS AGCO AGRICOLA | 7-8 | 250 | 500 |
| 3. MARZO | PROLABS. CREATIVE CITIES | 9-11 | 200 | 400 |
| 3. MARZO | CONGRESO NACIONAL DIAGNOSTICO PEDIATRICO | 10-12 | 250 | 750 |
| 3. MARZO | FERIA SALON COMIC Y MANGA- COSPLAY DESFILE | 11-12 | 600 | 1.200 |
| 3. MARZO | CONVENCION EMPRESA | 11-12 | 200 | 400 |
| 3. MARZO | ENCUENTRO NACIONAL REATURADORES DE LA BUENA MESA | 12-14 | 200 | 400 |
| 3. MARZO | SEMANA TOUR DEL TALENTO FUNDACION PRINCESA DE GERONA | 13-18 | 500 | 1.500 |
| 3. MARZO | IV ENCUENTRO INTERNACIONAL DE OFICIOS ARTISTICOS CRAF INNOVA | 18 | 150 | 150 |
| 3. MARZO | CONGRESO UVA GREENERING INTERNACIONAL | 21-23 | 150 | 450 |
| 3. MARZO | XLI CONGRESO SCLHH HEMATOLOGÍA Y HEMOTERAPIA C.A. | 24-25 | 200 | 400 |
| 3. MARZO | CONGRESO DEPORTE Q TRANSFORMA FERIA | 29-30-31 | 500 | 1.500 |
| 3. MARZO | CONGRESO LINFEDEMA: ABRIENDO NUEVAS VÍAS 350 | 31, 1 | 350 | 700 |
| 4. ABRIL | SEMANA SANTA. PREGÓN, SERMÓN, PROCESIONES, EXPOSICIONES,... | 1-9 | | |
| 4. ABRIL | CAMPEONATO DEL MUNDO PATINAJE FREE STYLE | 6-9 | 100 | 300 |
| 4. ABRIL | CONGRESO FUTURE MOBILITY CHALLENGES FACYL MD | 13-14 | 120 | 240 |
| 4. ABRIL | FERIA AUTOMOVIL HIBRIDO Y ELECTRICO | 14-16 | 800 | 1.600 |
| 4. ABRIL | CAMPEONATO ESPAÑA ESGRIMA | 14-16 | 80 | 160 |
| 4. ABRIL | ENTRENA OBSTETRICIA JORNADAS RIO HORTEGA | 16-18 | 120 | 360 |
| 4. ABRIL | ENCUENTRO MISISON ESPAÑA-PORTUGAL NEUTRALIDAD CLIMATICA PH | 18 | 100 | 100 |
| 4. ABRIL | XIII SEMANA DE LA MODA AVADECO | 19-20 | | |
| 4. ABRIL | ENCUENTRO EURPOEO FINANCIEROS NH | 20-21 | 60 | 120 |
| 4. ABRIL | CAMPEONATO DE ESPAÑA DE RUGBY | 24-26 | 400 | 800 |
| 4. ABRIL | OPE INTER NATACION/CPTO ESPAÑA BADMINTON/CPTO ESPAÑA TIRO ARCO | 29-30 | 60 | 120 |
| 5. MAYO | PLAZA MAYOR DEL VINO | 5-7 | 1.000 | 3.000 |
| 5. MAYO | FERIA EXPOBIOMASA | 8-11 | 1.000 | 5.000 |
| 5. MAYO | SEMANA MUNICIPAL ENFERMERIA INVESTEN, + JORNADAS 300 | 8-12 | 300 | 1.200 |
| 5. MAYO | FIESTAS DE SAN PEDRO REGALADO | 10-14 | | |
| 5. MAYO | JORNADAFORO NACIONAL TRANSPORTE Y LOGISTICA 150 AF | 9 | 150 | 150 |
| 5. MAYO | FESTIVA FECOSVA | 19 | | |
| 5. MAYO | V CENTENARIO DEL PALACIO REAL | 20-21 | | |
| 5. MAYO | RODENS ET SPATIUM 2023 CIENCIAS AGROFORESTALES 300 C.A. | 22-26 | 300 | 900 |
| 5. MAYO | ENCUENTRO DIRECTIVOS MERIDEYS | 24-26 | 60 | 120 |
| 5. MAYO | TAG TEATRO DE CALLE | 24-28 | 500 | 3.000 |
| 5. MAYO | CUMBRE MUNDIAL DE MEDIACION EMPRESARIAL | 25-26 | 250 | 500 |
| 5. MAYO | FERIA DEMAGRO AGRICOLA RUEDA | 25 | 200 | 200 |
| 5. MAYO | ENCUENTRO ASOCIACIONES MEXICANAS DE EUROPA | 26-28 | 60 | 180 |

| | | | | |
|---------------|---|------------|-------|-------|
| 5. MAYO | ENCUENTRO INTERN Observatorio Validación de Competencias Profesionales UVA | 28-29 | 100 | 200 |
| 5. MAYO | CONGRESO MEDICO SAN AGUSTIN FILIPINOS | 30-31 | 200 | 400 |
| 6. JUNIO | FERIA LIBRO, JAIPUR LITERATURE FESTIVAL (3 JUNIO PORTUGALETE) | 2-11 | 100 | 300 |
| 6. JUNIO | JORNADAS ARBORICULTURA XX CAMPEONATO DE ESPAÑA DE TREPA DE ARBOLES | 1-2 | 50 | 100 |
| 6. JUNIO | XVI REUNION RUIGEU UNIDADES DE IGUALDAD | 1-2 | 60 | 120 |
| 6. JUNIO | JORNADA CEARCAL CULTURA EN CYL | 3 | 60 | 120 |
| 6. JUNIO | CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE ARBITRAJE VOLEIBOL | 3 | 80 | 80 |
| 6. JUNIO | XVIII CONGRESO ENAF NACIONAL ADMINISTRADORES DE FINCAS | 2-4 | 600 | 1.800 |
| 6. JUNIO | ENCUENTRO FISCALES VIGILANCIA PENITENCIARIA PATIO HERRERIANO | 5-6 | 80 | 160 |
| 6. JUNIO | XXV FORO NACIONAL DEL OVINO F | 6-7 | 200 | 400 |
| 6. JUNIO | SEMANA INTERNACIONAL DE LOS ARCHIVOS | 6-9 | 100 | 300 |
| 6. JUNIO | JORNADAS FLAMENCAS FESTIVAL DE LAS MINAS, LAVA | 6-10 | 100 | 400 |
| 6. JUNIO | CONGRESO ESTATAL ENREDANDO SOSTENIBILIDAD 250 F | 7-8-9 | 250 | 750 |
| 6. JUNIO | TORNEO PIRAGUISMO VALKIRIAS MODALIDAD DRAGON | 10-11 | 200 | 400 |
| 6. JUNIO | ENCUENTRO ELSAFRE 80 | 13-14 | 80 | 160 |
| 6. JUNIO | FERIA MANUFACTURING PARTNERS | 13-14 | 300 | 600 |
| 6. JUNIO | CONGRESO N. ANCYPEL ASOCIACIÓN NACIONAL CENTROS E-LEARNING Y DISTANCIA | 15-16 | 100 | 200 |
| 6. JUNIO | FESTIVAL TAPA XXV AÑOS CONCURSO PROVINCIAL | 15-18 | 500 | 1.500 |
| 6. JUNIO | X CURSO FRACTURA CADERA HOSPITAL RH 100 | 15-16 | 100 | 200 |
| 6. JUNIO | FESTIVAL IMPROVALLADOLID IMPROVISACION | 15-18 | 100 | 200 |
| 6. JUNIO | CONGRESO NACIONAL HERMANDADES COFRADIAS VERA CRUZ 120 | 16-18 | 120 | 240 |
| 6. JUNIO | I CONGRESO DE ACTUALIZACION EN ODONTOLOGIA MULTIDISCIPLINAR UEMC 250 | 16-18 | 250 | 500 |
| 6. JUNIO | COPA DE ESPAÑA DE PIRAGUISMO valkirias pisuerga dragon cancer mama 300 rio | 17 | 200 | 200 |
| 6. JUNIO | CAMPEONATO ESPAÑA BENJAMIN VOLEIBOL | 16-25 | 500 | 1.500 |
| 6. JUNIO | WORLD PADEL TOUR VETERANOS | 21-25 | 200 | 400 |
| 6. JUNIO | WORLD PADEL TOUR | 21-25 | 800 | 2.400 |
| 6. JUNIO | JORNADA CONVENIO COLECTIVO ADMINISTRACION COMUNIDAD CASTILLA Y LEON F | 26 | 100 | 100 |
| 6. JUNIO | CAMPEONATO INTERNACIONAL PADEL PROMESAS 300 | 26-2 JULIO | 300 | 300 |
| 6. JUNIO | CAMPEONATO DE ESPAÑA SELECCIONES INFANTIL Y CADETE VOLEIBOL | 29-2 JULIO | 400 | 1.600 |
| 6. JUNIO | VI SIMPOSIUM INTERN. DE ESTUDIOS DEL DISCURSO EDISO C. A. 100 | 28-30 | 100 | 300 |
| 6. JUNIO | IV CONGRESOS INTERN JOVENES INVESTIGADORES UE UVA | 29-30 | 90 | 180 |
| 7. JULIO | TORNEO INTERN PIRAGUISMO K4 | 1-2 | 100 | 200 |
| 7. JULIO | CONGRESO INTERNACIONAL DE RESONANCIA MAGNETICA 100 ISMRM | 6-8 | 100 | 200 |
| 7. JULIO | ENCUENTRO PROFESORES PEDAGOGIA IMPROVING CAREER EDUCATION PRIMARY | 3-7 | 50 | 150 |
| 7. JULIO | VII CONGRESO IBEROAMERICANO DERECHOS HUMANOS UVA | 4-6 | 100 | 200 |
| 7. JUNIO | CONGRESO NACIONAL DE MAGIA | 6-9 | 300 | 900 |
| 7. JULIO | CAMPEONATO ESPAÑA TRIATLON ESCOLAR 900 | 8-9 | 900 | 1.800 |
| 7. JULIO | CONGRESO ESTADISTICA 100 | 11-12 | 100 | 200 |
| 7. JULIO | CONVENCION REANULT RTSTECHNOLOGY SISTEM | | 500 | 500 |
| 7. JULIO | ENCUENTRO MINISTROS MEDIO AMBIENTE UNION EUROPEA | 10-13 | 400 | 1.200 |
| 7. JULIO | 7ª EDICIÓN REUNIÓN CIENCIAS PLANETARIAS Y EXPLORACIÓN SISTEMA SOLAR | 11-13 | 150 | 300 |
| 7. JULIO | CONVENCION RENAULT GROUP RTS 2023 FV | 14-15 | 400 | 800 |
| 7. JULIO | ENCUENTRO ASOC TROYA CELAYA EEUU | 18-20 | 50 | 150 |
| 7. JULIO | CONVENCION TESTIGOS DE JEHOVA MD | 21-23 | 800 | 1.600 |
| 7. JULIO | ENCUENTRO ENTRENADORES FUTBOL. REAL VLL. 100 LASA SPORT | 29-30 | 100 | 200 |
| 9. SEPTIEMBRE | FERIAS DE VALLADOLID FERIAS DE LA VIRGEN DE SAN LORENZO | 1-10 | | |
| 9. SEPTIEMBRE | FERIA M | 6-10 | | |
| 9. SEPTIEMBRE | VUELTA CICLISTA ESPAÑA | 4-6 | 500 | 1.500 |
| 9. SEPTIEMBRE | VII CONGRESO INTERNACIONAL ISHA (ASOCIACIÓN INTERN SOLVOTERMAL E HIDRO) | 10-13 | 200 | 400 |
| 9. SEPTIEMBRE | ENCUENTRO NACIONAL DIRECTIVOS BDC TRAVEL | 12-14 | 50 | 150 |
| 9. SEPTIEMBRE | III JORNADA INVESTIGADORAS POR AFRICA | 14 | 80 | 80 |
| 9. SEPTIEMBRE | JORNADA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA ADMON PUBLICA JCYL | 19 | 200 | 200 |
| 9. SEPTIEMBRE | ASAMBLEA SABOREA ESPAÑA | 18-19 | 30 | 30 |
| 9. SEPTIEMBRE | INCENTIVO DKV GRUPO BCD TRAVEL | 20-23 | 60 | 180 |
| 9. SEPTIEMBRE | FESTIVAL TONAN LAVA | 21-24 | | |
| 9. SEPTIEMBRE | FORO NACIONAL DE ENFERMEDADES NEURODEGENERATIVAS FILIPINOS. | 21 | 200 | 200 |
| 9. SEPTIEMBRE | SOCIOGRAF MARKETING + UVA ANIVERSARIO JORNADA 100 MAÑANA MC | 21 | 100 | 100 |
| 9. SEPTIEMBRE | JORNADA MAJE ASOCIACION JUEZAS POR LA VIOLENCIA DE GENERO PH 50 | 21-22 | 60 | 120 |
| 9. SEPTIEMBRE | CAMPEONATO DEL MUNDO DE PUZZLES CUPULA | 21-24 | 400 | 1.600 |
| 9. SEPTIEMBRE | INCENTIVO MUNDO DEL VINO PV 60 PAX | 22-24 | 60 | 120 |
| 9. SEPTIEMBRE | SUPERCOPA DE ESPAÑA RUGBY | 24 | 200 | 200 |
| 9. SEPTIEMBRE | FORO IBEROAMERICANO DE GARANTIAS IBERAVAL 400 PAX MD | 27-29 | 400 | 800 |
| 9. SEPTIEMBRE | XII JORNADA DO CO MOMO IBERICO PATRIMONIO ARQUITECTONICO UVA | 27 | 100 | 100 |
| 9. SEPTIEMBRE | XII CONGRESO INTERN DOCOMOMO IBERICO Uva 150 | 27-30 | 150 | 300 |
| 9. SEPTIEMBRE | ENCUENTRO CYL HUB INTERN INNOVACION Y EMPRENDIMIENTO TECNOLOGICO | 28-29 | 150 | 300 |
| 9. SEPTIEMBRE | ENCUENTRO REGIONAL DE CIRUGIA | 28-29 | 150 | 300 |
| 9. SEPTIEMBRE | ENCUENTRO Asociación Europea contra la Leucodistrofia (ELA) | 29-30 | 100 | 200 |
| 9. SEPTIEMBRE | XVI TORNEO DE LA VENDIMIA DE AJEDREZ INFANTIL | 30 | 50 | 50 |
| 10. OCTUBRE | ENCUENTRO GRUPO BOORTMALT HOTEL AC | 50 | 50 | 150 |
| 10. OCTUBRE | JORNADAS SALUD LABORAL | 4 | 100 | 100 |
| 10. OCTUBRE | FERIA SALON DEL GAS RENOVABLE. BIOMASA | 3-4 | 1.000 | 2.000 |
| 10. OCTUBRE | CONVENCION NANUK 350 PAX | 4-6 | 350 | 700 |
| 10. OCTUBRE | CONGRESO NACIONAL RADIOLOGIA URGENCIAS 600-700 PAX | 4-5-6 | 600 | 1.200 |
| 10. OCTUBRE | CONGRESO ANUAL CE CONSULTING | 5-6 | 200 | 200 |
| 10. OCTUBRE | JORNADAS DE DIGESTION ANAEROBIA | 5-6 | 100 | 200 |
| 10. OCTUBRE | III CONGRESO INTERNACIONAL DE PERIODISMO MIGUEL DELIIBES | 5-6 | 200 | 400 |
| 10. OCTUBRE | CONGRESO REGIONAL MEDICINA COMUNITARIA SEMFYC RIO HORTEGA | 5-7 | 250 | 500 |
| 10. OCTUBRE | CONGRESO ESTATAL FEAE FORUM EUROPEO DE ADMINISTRADORES DE EDUCACION | 6-7-8 | 120 | 240 |
| 10. OCTUBRE | FERIA OUTLET F | 6-8 | | |
| 10. OCTUBRE | JORNADAS SALUD MENTAL Y ADICIONES JOVENES F | 10-11 | 100 | 100 |
| 10. OCTUBRE | SHOOTING LOCATIONS MARKET PLACE | 17-18 | 100 | 200 |
| 10. OCTUBRE | "12TH NLTE CODE COMPARISON WORKSHOP FISICA ATOMICA | 18-25 | 80 | 160 |
| 10. OCTUBRE | JORNADAS LETRADOS SEGURIDAD SOCIAL | 18-19 | 50 | 50 |
| 10. OCTUBRE | APDAY SEMFYC JORNADAS DE FORMACION MEDICINA GENERAL | 19 | 200 | 200 |
| 10. OCTUBRE | CONGRESO NACIONAL CONVIVENCIA | 19-20 | 180 | 180 |
| 10. OCTUBRE | XVII Jornadas Nacionales de Información y Documentación en Ciencias de la salud | 19-20 | 100 | 100 |
| 10. OCTUBRE | XIV SEMANA DE LA MODA AVADECO | 19-20 | | |
| 10. OCTUBRE | JORNADAS ACCE 6 ARQUITECTURA UVA | 19-20 | 60 | 120 |
| 10. OCTUBRE | CONGRESO BIBLIOSALUD SACYL C A | 19-20 | 150 | 300 |
| 10. OCTUBRE | 5TH INTERVENTIONAL PANCREATOBILIARY ENDOSCOPY COURSE DR. PEREZ MIRANDA | 19-20 | 200 | 400 |
| 10. OCTUBRE | JORNADA CEDERED DIRECTIVOS BUEN GOBIERNO 100 PAX | 20 | 100 | 100 |
| 10. OCTUBRE | PROGRAMA FORMATIVO DIABETES RED GDPS 150 PAX | 20-21 | 150 | 300 |
| 10. OCTUBRE | SEMINCI | 21-28 | | |
| 10. OCTUBRE | FIBAR FERIA COCTELERIA | 23-25 | 500 | 1.500 |

| | | | | |
|---------------|---|----------|---------------|---------------|
| 10. OCTUBRE | CONGRESO HIGIENISTAS DENTALES | 27-28 | 300 | 600 |
| 10. OCTUBRE | FERIA DE BODA | 28-29 | | |
| 11. NOVIEMBRE | XIX CONCURSO NACIONAL DE TAPAS Y VII CONCURSO MUNDIAL DE TAPAS | 4-8 | | |
| 11. NOVIEMBRE | JORNADA AUTONOMICA MUJER EN EL ATLETISMO ENTRENADORA Y JUEZA | 5 | 100 | 100 |
| 11. NOVIEMBRE | FERIA MERCARTES DE LAS ARTES ESCENICAS | 7-8-9 | 1.000 | 3.000 |
| 11. NOVIEMBRE | VI CONGRESO INTERNACIONAL DE CIRUGIA ENDOVASCULAR SURGERY | 9-10-11 | 250 | 500 |
| 11. NOVIEMBRE | CONGRESO DE INNOVACION EDUCATIVA | 10 | 100 | 100 |
| 11. NOVIEMBRE | X ASAMBLEA NACIONAL CEEIBIS ESTUDIANTES INGENIERIA BIOMEDICA | 10-12 | 50 | 150 |
| 11. NOVIEMBRE | JORNADAS MEMORIAL DERECHO CONSTITUCIONAL MANUEL SERRA | 13-14 | 100 | 200 |
| 11. NOVIEMBRE | CONGRESO NACIONAL ENFERMERIA DE CUIDADOS INVESTEN | 15-17 | 500 | 1.000 |
| 11. NOVIEMBRE | WORK SHOP AAVV ANDALUCIA | 15 | 50 | 100 |
| 11. NOVIEMBRE | CONGRESO GINECOLOGIA OSTETRICIA RIO HORTEGA | 16-18 | 200 | 400 |
| 11. NOVIEMBRE | FERIA TURISMO INTERIOR INTUR | 16-19 | 500 | 1.500 |
| 11. NOVIEMBRE | IV CONGRESO VERALIMENT & INTEGRALIM SEGURIDAD ALIMENTARIA | 21-22 | 200 | 400 |
| 11. NOVIEMBRE | XV SIMPOSIO INTERN CREACION MUSICAL EN BANDAS SONORAS | 23-25 | 100 | 100 |
| 11. NOVIEMBRE | CONGRESO NACIONAL TRAUMATOLOGIA LABORAL SETLA | 22-24 | 450 | 900 |
| 11. NOVIEMBRE | INTROMUSICAL | 25 | 200 | 200 |
| 11. NOVIEMBRE | GRUPO CAJA RURAL | 28 | 50 | 50 |
| 11. NOVIEMBRE | CONGRESO RCP RECUPERACION CARDIACA .MIGUEL DELIBES | 27-28-29 | 350 | 700 |
| 11. NOVIEMBRE | JORNADAS CRUE UVA RECTORES | 28-29-30 | 170 | 240 |
| 12. DICIEMBRE | CAMPEONATO ESPAÑA GINMASIA RITMICA | 11-15 | 600 | 1.800 |
| 12. DICIEMBRE | JORNADAS DEPORTE Y EMPRESA BALONCESTO CYL | 12-13 | 60 | 120 |
| 12. DICIEMBRE | XVI ENCUENTRO PROFESORADO APS | 14-15 | 150 | 150 |
| 12. DICIEMBRE | FERIA VEHICULO OCASIÓN | 15-17 | | |
| 12. DICIEMBRE | XX ANIVERSARIO SOCIEDAD ESPAÑOLA DE CRIMINOLOGIA Y CIENCIAS CIENTIFICAS | 15 | | |
| 12. DICIEMBRE | CONVENCION CARDIVA CARDIOVASCULAR 160 | 15-16 | 160 | 320 |
| 12. DICIEMBRE | CONVENCION EVENTS MANAGERS INFLUENCERS | 19-20 | 160 | 320 |
| 12. DICIEMBRE | MASTER DE TENIS | DIC | 100 | 100 |
| 11. DICIEMBRE | COPA ESPAÑA VOLEIBOL JUNIOR, JUVENIL Y CADETE | 27-30 | 600 | 1.800 |
| 12. DICIEMBRE | NAVIVAL | 26-4 | | |
| | | | 38.526 | 90.470 |

A) CONTACTO CON EMPRESAS – COMERCIALIZACIÓN

Departamento Comercial en Madrid y Barcelona

En el primer semestre de 2023, se ha mantenido un departamento comercial de congresos en Madrid y Barcelona, gestionado por Iberoamericana de Comunicación de Madrid, como asistencia técnica, apoyando con visitas comerciales y en diferentes Ferias y Workshops. El resto de la labor comercial se ha efectuado con el personal propio de la Sociedad de Turismo.

A lo largo de todo el ejercicio se ha contactado con más de 200 empresas, tanto desde el departamento comercial, como desde la oficina en Valladolid. Estos contactos nuevos o de recordatorio se centran en explicarles las ventajas y facilidades de Valladolid como destino congresual y recordar a todas estas empresas que como les podemos ayudar a la hora de realizar un congreso, evento o reunión en Valladolid.

- CONTACTO CON ASOCIACIONES Y SOCIEDADES POTENCIALES DE CONGRESOS:
 - 61 contactos
- CONTACTO CON EMPRESAS, DMC, OPC Y AGENCIAS ESPECIALIZADAS MICE, INCENTIVOS, ASOCIACIONES PROFESIONALES Y GRUPOS EMPRESARIALES:
 - 120 contactos
- CONTACTO CON EMPRESAS SELECCIONADAS DEL SECTOR DE LA BANCA, TELEFONÍA Y DISTRIBUCIÓN.
 - 22 contactos
- ASISTENCIA A 5 WORKSHOPS Y FERIAS. (DPTOCOMERCIAL) Y (SMIXTA) MADRID (2 OCASIONES), BARCELONA (2 OCASIONES), VALLADOLID (1 OCASION)
- 11 VISITAS DE INSPECCIÓN:
 - AETEL, AEND, GOYAS, SERME, UNIJEPOL, INVESTIGADORAS UVA, SENEP, HIBERUS, MICE AND FORUM, HIDES

- 6 CANDIDATURAS:
 - Candidatura Congreso UNIJEPOL
 - Candidatura Congreso ENDOSCOPIA NEUMOLOGICA
 - Candidatura Convención MEETCHSPAIN
 - Candidatura Congreso AECE CIRUGIA NO INVASIVA
 - Candidatura Convención HIBERUS
 - Candidatura Congreso ENFERMERIA QUIRURGICA
- RESPUESTA A PETICIONES BAJO DEMANDA DE GRUPOS/INCENTIVOS

Contacto con el sector vallisoletano

- Reuniones Sectoriales. Con opcs, feria, centros de congresos, hoteles y agencias de viajes.
- Reuniones con el departamento comercial

1) Promoción de Valladolid en destinos

- Destinos como Madrid, Barcelona y Castilla y León.

2) Colaboraciones con los Hoteles y Apartamentos Turísticos

3) Colaboraciones con la Institución Ferial de Valladolid:

- Preparación Gala Premios GOYA
- Acciones de apoyo a la Feria INTUR, y al monográfico del espacio dedicado a MICE.
- Apoyo a las ferias FINE y a Shooting
- Búsqueda de potenciales **ferias itinerantes** que se puedan celebrar en Valladolid

B) CONGRESOS CONFIRMADOS O CON CANDIDATURA EN FIRME PARA DESARROLLARSE EN VALLADOLID EN 2024 y 2025.

| AVANCE CALENDARIO DE EVENTOS VALLADOLID 2024 | | |
|---|--|-------|
| 2. FEBRERO | GALA GOYA | 10 |
| 2. FEBRERO | Congreso nacional de la SERME RADIOLOGIA | 14-16 |
| 2. FEBRERO | JORNADA ATENCION PRIMARIA CYL PEDIATRIA | 14 |
| 2. FEBRERO | FERIA FIMASCOTA | 24-25 |
| 3. MARZO | CONVENCION AVEBION | 1 |
| 3. MARZO | JORNADAS OPTALMOLOGIA CYL | 1-2 |
| 3. MARZO | CONGRESO DERECHO CONTITUCIONAL XXI ASOC ACE | 7-8 |
| 3. MARZO | FERIA COMIC | 16-17 |
| 4. ABRIL | CRAFT INNOVA | 5-6 |
| 4. ABRIL | CONGRESO INVESTIGADORAS UVA CYL 250 | |
| 4. ABRIL | CONVENCION FENIE ENERGIA 600 | |
| 4. ABRIL | CONGRESO INTERNACIONAL VIOLENCIA DE GENERO EN LAS ARTES 100 | 15-17 |
| 4. ABRIL | SAHE SALON AUTOMOVILA HIBRIDO Y ELECTRICO | 26-28 |
| 5. MAYO | CONGRESO AETEL 2024 TCOS LABORATORIO 34º Inmunoterapia: Células CAR-T FM | 16-18 |
| 5. MAYO | CONGRESO INMUNOLOGIA 150 PAX | 16-17 |
| 5. MAYO | FERIA SHOW TECHNOLOGY FV | 21-23 |
| 5. MAYO | NEUROLOGIA PEDIATRICA | 24-26 |
| 5. MAYO | CONGRESO NACIONAL SENEP NUTRICION CLINICA Y METABOLISMO 400 PAX | 23-26 |
| 6. JUNIO | CONGRESO INTERNACIONAL NORMATIVA ISO | 3-7 |
| 6. JUNIO | CONGRESO GEOGRAFIA 100 | 17-19 |
| 6. JUNIO | CONGRESO NACIONAL, Asociación Española de Ensayos No Destructivos AEND | 16-20 |
| 6. JUNIO | CANDIDATURA MEETCHSPAIN, BLUEBACKING MAD | 2024 |
| 7. JULIO | CONVENCION HIBERUS | 7 |
| 9. SEPTIEMBRE | Congreso SEPLN | 24-27 |
| 9. SEPTIEMBRE | ENCUENTRO NACIONAL COFRADIAS MEDIAN DEL CAMPO | 20-22 |
| | CANDIDATURA CONGRESO Diabetes, Obesidad y Nutrición S E Medicina Interna | 2024 |
| | CONGRESO SERME | 2024 |
| 11. NOVIEMBRE | CANDIDATURA CONGRESO TECH 4 A,P TECNOLOGIA PARA LAS ADMINISTRACIONES | 2024 |
| 11. NOVIEMBRE | FERIA ARPA TURISMO 28 NOV 1 DIC | 28-30 |
| 11. NOVIEMBRE | CONGRESO NACIONAL AUTOESCUELAS 500 pax fase20 | 2024 |
| AVANCE CALENDARIO DE EVENTOS VALLADOLID 2025 | | |
| 2. FEBRERO | CANDIDATURA FERIA CONGRESO | 17-23 |
| 5. MAYO | CONGRESO NACIONAL ENDOSCOPIA NEUMOLOGICA | 2025 |
| | CIRUGIA NO INVASIVA AECE MIGUEL TOLEDANO | 2025 |
| 6. JUNIO | CONGRESO JUBILAR | 2025 |
| 7. JULIO | JORNADAS DE ENSEÑANZA UNVIERSITARIA DE INFORMATICA | 2025 |
| 11. NOVIEMBRE | XXV REUNION NACIONAL DE CIRUGIA | 2025 |

C) ASOCIACIONES Y EMPRESAS ORGANIZADORAS DE CONGRESOS CONTACTADAS DIRECTAMENTE EN EL AÑO 2023

A lo largo del año 2023, nos hemos centrado en visitar personalmente, en ferias, presentaciones y mercados, además del mercado nacional, a empresas internacionales, principalmente de Europa, destinos próximos y de Estados Unidos. Y en el mercado nacional empresas y asociaciones.

Haciendo nuevos seguimientos a las más importantes del sector:

- PROMOCONGRESS
- IBERIAM MICE
- EMA
- MICE AND FORUM
- PRESCRIPTORES LOCALES
- CONVENCION TURESPAÑA

EMPRESAS CONTACTADAS DEL GRUPO ASOCIATIVO

| | | |
|-------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| 4 EVERYTHING | CASA ABRIL TASTINGS & TOURS | FEDAGRIM |
| 4FOREVERYTHING | CASAS CANTABRICAS | FELIX SOLÍS AVANTIS |
| 8INSPAIN | CELIÁPOLIS AGENCIA | FOCUS EVENTS |
| ABANIA | CEMEX/ GLOBAL ENTERPRISE | FONT SALEM SL |
| ABB | SERVICES | FRIZBI |
| ABILE EVENTS | CENTRE FOR EXPORT | FULL TEAM NETWORKS |
| ABSOLUTE | CENTRO NACIONAL DE GRIPE | FUN TRAVEL VEN |
| ABSOLUTELY ESPAIN DMC/ EVENTS | CFA SOCIETY SPAIN | FUNDACIÓN DAMM |
| SPAIN | CHARMINGHOTEL SPANJE | FUNDACIÓN FASE Y |
| ACB | CITY SECRETO | COLABORADORES ASPM |
| ACCIONA CULTURAL ENGINEERING | CLUB OF COURSE | GERICO ASOCIADOS |
| ACROSS SPAIN | CLUBSLOWTRAVEL | GEYSECO CONGRESOS |
| ACTOR GALLERY | CNP | GLOBAL EVENTS WORLDWIDE |
| AIM GROUP | COCA-COLA | GRASS ROOTS |
| AIRBUS | COLOR NARANJA | GRUPO AGORA |
| AIRENA TOURS | COLORFUL WINES | GRUPO FREIXENET |
| ALCAMPO SAU | COMUNICART | GRUPO GLOW |
| ALMIRALL | CONFERENCE DIRECT | GRUPO PACÍFICO |
| ALPEGA | COOKING | GRUPO PASCUAL |
| AMADEUS | CORPORACIÓN HIJOS DE RIBERA | GRUPOIDEX |
| AMARA - E | COW EVENTS GROUP | HEINEKEN ESPAÑA |
| AMEX | CTT EXPRESS | HELMSBRISCOE |
| ANA RAMOS HEAD OF MARKETING | CUTT EVENTS | HELP EVENTS CONSULTING |
| APPLE TREE COMMUNICATIONS | CWT MEETINGS & EVENTS | HOTELESCICLISTAS.COM |
| AQUÍ HOUSTON | DANFOSS | IRCONNIÑOS.COM |
| ASHOTEL | DANONE | HOTUSA GROUPS |
| ASPM | DELL TECHNOLOGY | IBERDROLA |
| ATLANTA EVENTS & CORPORATE | DELOITTE | IGAN |
| TRAVEL CONSULTANTS | DIAGEO ESPAÑA | IMAGINE |
| ATLANTIC COPPER,S.L.U. | DICOM | IN TRUE SPAIN |
| B THE TRAVEL BRAND | DIFFERENTIA EVENTS | INALVA AGÊNCIA DE VIAGENS LDA |
| BBVA | DISCOVER SPAIN | INDIGO PARK |
| BCD MEETINGS & EVENTS | DISSIMILITY | INNEVENTO |
| BCO CONGRESOS | DOT WORLD TOUR | INTERMEDES |
| BEON WORLDWIDE | DUSHOW | INTURISMO |
| BEST EUROPE TRAVEL | DYNAMIC & PARTNERS | ITB EVENTS |
| BILLION TRAVEL SOLUTION | E&TB GROUP | ITRAVEX DMC |
| BIOTOUR | ECOEMBES | JACTRAVEL |
| BLUE 360° | EFERSON | KENES GROUP |
| BLUE MICE | EFS SPORTS | KING |
| BMC EVENTS | EL DESTINO + TOP | KMEETINGS |
| B-NETWORK | EN DIRECTO EVENTOS | KUONI DMC BY JTB |
| BOCENTIUM CONSULTING | ENE | KUONI TUMLARE |
| BOEHRINGER INGELHEIM | ENOVIP | LA 5ª-AGENCIA DE EVENTOS |
| BOX DE IDEAS | ERICSSON ESPAÑA, S.A. | LAMDORS |
| BPW | ES CULTURA EVENTOS | LAST LAP |
| BRH-SPAIN | EURO PATAGONIA VIAJES | LES MAISONS DU VOYAGE |
| BST EVENTS | EVENTICA | L'ESPECTACLERIA |
| BUTTERFIELD & ROBINSON | EVENTOS EMOCIÓN | LETANGO TOURS |
| CÁMARA DE COMERCIO DE EEUU EN | EVENTS ME | LEXI TRAVEL |
| ESPAÑA | EVOCARTE | LIDERA EVENTOS |
| CAMINO TOOL | EXACTECH | LOBAILAO |
| CARDIVA | EXCLUSIVE SPAIN TOURS | LOLA EVENTS |
| CARIBE INTERNACIONAL TOURS | EXTERNA MARKETING | MACGUFFIN |

MADISON
MAGRADA PROYECTOS SL
MAHOU ESPAÑA
MANDARINA BCN TEAM
MARFA TRAVEL
MAXIMICE EVENTS GROUP
MAXPERIENCIA SPAIN
MC GUFFING
MCCANN WORLDGROUP
MCI
MEAT (MARKETING, EVENTS AND TRAVEL)
MEDIS GROUP
MEETING PHARMA GROUP
MERYDEIS
MESOESTETIC PHARMA GROUP
MGC SERVICIOS TURISTICOS
MIKI TRAVEL AGENCY
MKTG
MOET ESPAÑA
MOVE DMC
MOVE DMC & MICE SERVICES
MSMR AGENCY
MUNDO HISPANICO DMC
MY AGENT LDA; KBS KEY BUSINESS SOLUTIONS
NANOOK
NATEVA TRAVEL
NAUTALIA EVENTOS
NAVARRO ALIMENTACIÓN
NEO TRAVEL WORLD
NEWLINK SPAIN
NEXO EVENTS EUROPE S. L.
NICETRIP
NIOVA TRAVEL TOURS
NOVARTIS FARMACÉUTICA
NUBA
OLIVER'S TRAVELS
ONE WAY
ORYON
OS TRAVEL AS
OUT OF THE BLUE AGENCY
OVATION DMC
P.A.P. CONGRESOS, S.L.
PARAFINA
PATTERSON TRAVEL
PLATINUM TRAVEL
POPIN
PORTUGAL GREEN WALKS
POSE CORP, SL
PREMIER ESPAÑA
PRESENCIA INTERNACIONAL
PRESSTOUR
PSG JAPAN INC
RED BULL ESPAÑA
ROCHE
SÁNDALO VIAJES
SEE NETWORK
SENSACIONES A LA CARTA
SHOP WINE AND DINE
SMART WORKS
SOFTWAREAG
SOLVIP TRAVEL
SOMOS EXPERIENCES
SPAIN COLLECTION
SPAIN INSIDE
SPAINALLY
SPANISH HERITAGE
STAFF EVENTS
STAFF GLOBAL GROUP
STYLE IN TRAVEL/CAZEBONNE
SUPER 8 EVENTOS
TAILORED SPAIN
TALISMAN
TEAM GROUP
TEAM7 EXPERIENCEMAKERS
TECH DATA
TERRA EVENTS

THE COMAKING SPACE
THE YELLOW B
THIS IS INCOMING
TIE MEETINGS
TIK TAK EVENTS
TILESA KENES SPAIN
T-MADE EVENTS
TRANSOCEAN SA
TRAVEL EXPERTS
TRAVEL POP UP
TURISMO CREATIVO
TYCPLUS
UULA
UNAV (UNIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES)
UNICOMING TOUR
UNIVERSIDAD NAVARRA
VALESA CULTURAL SERVICES
VEEPEE PRIVALIA
VEFA
VIJASEGUNTUBOLSILLO
VIAJES ACIPITER CARREFOUR
VIAJES AKALI
VIAJES AMAIA, S.A.
VIAJES CARREFOUR FUENLABRADA
VIAJES DOBLE A
VIAJES EL CORTE INGLÉS
VIAJES EROSKI
VIAJES GALAXY TOUR
VIAJES GESFISUR
VIAJES GRAM
VIAJES VIACOUR
VIN & MATGLEDE AS
VINOTOUR CLUB
VODAFONE
VOLKSWAGEN GROUP ESPAÑA
WALK THE CAMINO LDT
WAMAW
WARQ TOURISM
WEDGEWOOD SPAIN
WELCOME INCOMING SERVICES
WELOVESEA EVENTS
WERFEN
WHEN & WHERE
WIN 2 WIN GROUP
WINE SERVICE
WINEBUS
WINERIST
WINETOURISM.COM
YMAX
YOUR STUDIO TEAM

ASOCIACIÓN DE DEPORTISTAS CONTRA LA DROGA
ASOCIACIÓN DE EDUCACIÓN PARA LA SALUD
ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE ASESORAMIENTO FINANCIERO
ASOCIACIÓN DE ENFERMERÍA COMUNITARIA
ASOCIACIÓN DE ENFERMOS DEL RIÑÓN
ASOCIACIÓN DE JURISTAS DE LA SALUD
ASOCIACIÓN DE LUCHA CONTRA LA DISTONÍA EN ESPAÑA
ASOCIACIÓN DE MEDICINA DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA
ASOCIACIÓN DE PADRES DE PERSONAS CON AUTISMO
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ANDROLOGÍA, MEDICINA SEXUAL Y REPRODUCTIVA
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE APICULTORES
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ARTROSCOPIA
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ARTROSCOPIA - A.E.A.
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE AUDIOLOGÍA
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CIRUJANOS
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DERECHO FINANCIERO
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DERECHO SANITARIO
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DIRECTORES DE HOTEL
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ECONOMÍA AGROALIMENTARIA
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FISIOTERAPEUTAS
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PALEOPATOLOGÍA
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PANCREOTOLOGÍA
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PROTOCOLO
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE UROLOGÍA
ASOCIACIÓN IBEROAMERICANA DE REGULADORES DE LA ENERGÍA
ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE CIUDADES EDUCADORAS
ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE PARQUES CIENTÍFICOS (IASP)
ASOCIACIÓN INTERNACIONAL SKAL CLUBES
ASOCIACIÓN NACIONAL DE INGENIEROS AGRÓNOMOS
CENTRO IBEROAMERICANO DE DESARROLLO URBANO ESTRATÉGICO -CIDEU-CEOE
CEPYME ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE INGENIERÍA HIDROAMBIENTAL (AIHH)
COMISIÓN INTERNACIONAL DE ÓPTICA (ICO)
CONFEDERACIÓN ASPERGER ESPAÑA
CONFERENCIA DE CLÚSTERES DE AMÉRICA LATINA DEL TCI -CLAC-
CONFERENCIA DEL OBSERVATORIO INTERNACIONAL DE LA DEMOCRACIA PARTICIPATIVA -OIDP-

Asociaciones y Sociedades Contactadas

Contacto con [asociaciones](#) y [sociedades potenciales](#) de congresos:
80

ASOCIACION UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA DE POSTGRADO - AUIP-
CONFEDERACIÓN INTERNACIONAL DE TIRO PRÁCTICO -IPSC-
ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE GEOLOGÍA Y MINERÍA
IBEROAMERICANO -ASGMI-
ASOCIACIÓN DE ANOMALÍAS Y MALFORMACIONES DENTOFACIALES
ASOCIACIÓN DE CIRUJANOS DE CASTILLA Y LEÓN

CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE JUSTICIA CONSTITUCIONA
CONFERENCIA INTERNACIONAL SOBRE HIDRÁULICA FLUVIAL - RIVERFLOW-
CONFERENCIA MUNDIAL DE ANTEA
CONGRESO IBEROAMERICANO DE LA FEDERACION IBEROAMERICANA DE ASOCIACIONES VETERINARIAS DE ANIMALES DE COMPANIA - FIAVAC-
CONGRESO INTERNACIONAL DE OSTEOPATIA -CIOST-
CONGRESO NACIONAL DE ENFERMERÍA DE URGENCIAS Y EMERGENCIAS
ENCUENTRO IBEROAMERICANO DE PROTECCIÓN DE DATOS
FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PERIODISTAS DE ESPAÑA
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE DIABETES
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ENFERMEDADES NEUROMUSCULARES
FEDERACIÓN IBEROAMERICANA OMBUDSMAN
FEDERACIÓN NACIONAL ASPAYM
FORO IBEROAMERICANO “HACIENDO POLÍTICA JUNTOS”
FORO INTERNACIONAL DEL DEPORTE DE ÉLITE-ASOCIACIÓN DE CENTROS DE ALTO RENDIMIENTO DEPORTIVO (ASPC)
ORGANIZACIÓN DE FARMACEUTICOS IBERO-LATINOAMERICANOS (OFIL)
ORGANIZACIÓN IBEROAMERICANA DE SEGURIDAD SOCIAL
ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE COMISIONES DE VALORES (IOSCO)
SAGE
SEHH (SOCIEDAD ESPAÑOLA DE HEMATOLOGÍA Y HEMOTERAPIA)
SIMPOSIO DE LA IAHR SOBRE MORFODINÁMICA FLUVIAL, COSTERA Y ESTUARINA -RCM -
SIMPOSIO INTERNACIONAL DE ECOHIDRÁULICA
SIMPOSIO INTERNACIONAL DE HIDRÁULICA AMBIENTAL -ISEH-
SIMPOSIO INTERNACIONAL SOBRE FLUJOS ESTRATIFICADOS
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE CIRUGÍA PLÁSTICA FACIAL
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE ENFERMERÍA DE URGENCIAS Y EMERGENCIAS
TCI NETWORK - THE COMPETITIVENESS INSTITUTE

Prescriptores locales Contactados

Contacto con **50 prescriptores locales**:

ACADEMIA ESPAÑOLA DE NUTRICIÓN Y DIETÉTICA
ASOCIACIÓN CASTELLANO-LEONESA DE MATRONAS
ASOCIACIÓN CIENTÍFICA DE ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

ASOCIACIÓN DE CIRUJANOS DE CASTILLA Y LEÓN
ASOCIACIÓN DE PERSONAS CON OSTOMÍA EN ESPAÑA
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ANESTESIOLOGÍA, REANIMACIÓN Y TERAPÉUTICA DEL DOLOR
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE BANCOS DE LECHE HUMANA
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE BIOÉTICA Y ÉTICA MÉDICA
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CIENCIA AVÍCOLA
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ESPECIALISTAS EN MEDICINA DEL TRABAJO
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FISIOTERAPEUTAS DE ATENCIÓN PRIMARIA Y SALUD COMUNITARIA
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE INGENIEROS DE TELECOMUNICACIÓN
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MARKETING ACADÉMICO Y PROFESIONAL
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MEDICOS DE EQUIPOS DE FUTBOL
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE TECNICOS CEREALISTAS
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE TÉCNICOS DE LABORATORIO (AETEL)
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE TELEDETECCIÓN
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA EL ESTUDIO DEL HÍGADO
CENTRO NACIONAL DE GRIPE
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CENTROS DE FORMACIÓN Y ACADEMIAS PRIVADAS
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE MUTUALIDADES
CONFEDERACIÓN ESTATAL DE SINDICATOS MÉDICOS
CONFEDERACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE FONTANERÍA, GAS, CALEFACCIÓN, PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS, ELECTRICIDAD Y AFINES
CONSEJO GENERAL DE COLEGIOS OFICIALES DE SECRETARIOS, INTERVENTORES Y TESOREROS DE LA ADMINISTRACION
FEDERACIÓN EMPRESARIAL DE ASOCIACIONES TERRITORIALES DE AGENCIAS DE VIAJES ESPAÑOLAS
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DE PSICOTERAPEUTAS
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FIBROSIS QUÍSTICA
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE SOCIEDADES DE SEXOLOGÍA
FEDERACIÓN NACIONAL ASPAYM
FUNDACIÓN PHARMACEUTICAL CARE
FUNDACIÓN SIGNO
GRUPO DE DIABETES, OBESIDAD Y NUTRICIÓN DE LA SEMI
INSPECTORES DE HACIENDA DEL ESTADO
REAL SOCIEDAD ESPAÑOLA DE FÍSICA
SOCIEDAD CASTELLANA Y LEONESA DE MEDICINA DE FAMILIA Y COMUNITARIA

SOCIEDAD CASTELLANO LEONESA CANTABRA Y RIOJANA DE TRAUMATOLOGÍA
SOCIEDAD DE PEDIATRÍA DE ASTURIAS, CANTABRIA Y CASTILLA - LEON
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE ACÚSTICA
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE ANGIOLOGÍA Y CIRUGÍA VASCULAR
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE CARDIOLOGÍA PEDIÁTRICA Y CARDIOPATÍAS CONGÉNITAS
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE CIRUGÍA DE LA MANO
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE DIÁLISIS Y TRANSPLANTE
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE ENDOSCOPIA DIGESTIVA
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE ENFERMERÍA NEFROLÓGICA
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE INGENIERÍA BIOMEDICA
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE INMUNOLOGÍA
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN ÓSEA Y METABOLISMO MINERAL
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE INVESTIGACIONES QUIRÚRGICAS
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MEDICINA DE URGENCIAS Y EMERGENCIAS
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MEDICINA DEL ADOLESCENTE
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MEDICINA INTENSIVA, CRÍTICA Y UNIDADES CORONARIAS
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE ORTODONCIA
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE SANIDAD PENITENCIARIA
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE TRANSPLANTE HEPÁTICO
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE TRAUMATOLOGÍA DEL DEPORTE

D) DOSSIER ACTUALIZADO EN TIEMPO REAL, DE VALLADOLID

Uso de la nueva presentación y dossier de candidatura, adaptándolo a las candidaturas y a las diferentes peticiones de congresos.

En ellos estamos incluyendo la Oferta turística de Valladolid, las Actividades de ocio, Datos específicos de Turismo MICE en Valladolid, Enoturismo y Turismo Gastronómico, y Experiencias exclusivas para incentivos.



E) ASISTENCIA A FERIAS Y PRESENTACIONES DEL SECTOR

Hemos participado en las siguientes ferias generales o especializadas en turismo MICE a lo largo del año 2023.

| | | | | |
|---------|--|----------------|-------|-------------|
| ENERO | FITUR Feria Internacional de Turismo | Madrid | 18-22 | TURISMO |
| ENERO | PRESENTACION EN LA SEDE DE LA CEOE | Madrid | 23 | MICE |
| FEBRERO | Work Shop IBERIAM MICE FORUM | Granada | 7-8 | MICE |
| FEBRERO | FERIA MISS. EVENTOPLUS CONGRESOS | Madrid | 22 | MICE |
| MARZO | WORK SHOP FERIA FINE | Valladolid | 1-2 | MICE |
| MARZO | WORK SHOP MICE AND FORUM | Bilbao-Sevilla | 21-22 | MICE |
| MARZO | JORNADA PROFESIONAL OPC CYL | Burgos | 26 | MICE |
| ABRIL | SHOW ROOM CONECTIVIDAD AEREA TURESPAÑA | Sevilla | 27-28 | TURISMO |
| JULIO | BED BARCELONA EVENT DAY Feria de Congresos | Barcelona | 11 | MICE |
| SEPT | EVENTO PROFESIONAL MICE CYL | Madrid | 28 | MICE |
| OCT | PURE SPAIN | París | 19 | MICE/INTERN |
| NOV | JORNADA PROFESIONAL EVEN MANAGERS CYL | Valladolid | 3-5 | MICE |
| NOV | IBTM Feria Internacional de Congresos | Barcelona | 19-21 | MICE/INTERN |

CONVENIO DE COLABORACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO DEPORTIVO

Se renovó el Convenio de Colaboración, entre la **Fundación Municipal de Deportes y la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid S.L.** En este Convenio la Sociedad Mixta para la promoción del Turismo de Valladolid aporta 60.000,00€ para los eventos deportivos de carácter nacional e Internacional que se celebran en Valladolid y que son susceptibles de pernотaciones y gasto en el destino.



El convenio tiene por objeto coordinar actividades para incrementar y mejorar el número de competiciones deportivas en la ciudad y promocionar así la ciudad como destino de celebraciones y exhibiciones deportivas.

Asimismo, en este convenio se explicitan los compromisos a cumplir durante el año de vigencia del acuerdo por parte de la Fundación Municipal de Deportes y la Sociedad Mixta, entre los que se destacan la captación del mayor número de competiciones, la realización de encuestas de valoración del impacto social y económico que suponen estos eventos, la entrega de material turístico, entre otras.

6.3 Departamento de Enoturismo y Gastronomía

El departamento de Enoturismo y Gastronomía de la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid, al frente del cual está Rodrigo Criado del Rey, desarrolla actividades de promoción de gastronomía y de enoturismo, apoyándose en las empresas de Valladolid (hosteleros, productores de alimentos y bodegas de vino), y en el club de producto de Saborea España y Saborea Valladolid.

Valladolid ostenta, actualmente, la presidencia de la Asociación de Destinos Gastronómicos “Saborea España”, en la persona de la Concejala delegada de Turismo, Eventos y Marca Ciudad, Blanca Jiménez Cuadrillero, elegida a tal fin en Asamblea de la Asociación celebrada en Valladolid en septiembre de 2023.



La Red la componen, a 31/12/2023, 26 destinos, que son A Coruña, Badajoz, Burgos, Cambrils, Ciudad Real, Cullera, Denia, Fuerteventura, Gran Canaria, La Palma, Lanzarote, León, Logroño, Madrid, Mallorca, Oviedo, Pamplona, Segovia, Sevilla, Talavera de la Reina, Tenerife, Tudela, Valencia, Valladolid, Vinaròs y Zaragoza.

Saborea España es la marca del turismo gastronómico español. Se trata de la primera plataforma nacional con vocación internacional que potencia el turismo y la gastronomía de nuestro país. Está compuesta por Hostelería de España, la Federación de asociaciones de cocineros y reposteros de España (FACYRE), la Organización Europea de Cocineros (Euro-Toques), la Asociación Española de destinos para la promoción del turismo gastronómico y Paradores de Turismo, y cuenta con el apoyo institucional de Turespaña (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo).

El trabajo en red de los cinco socios en Saborea España tiene un objetivo común: transformar los productos gastronómicos en experiencias turísticas de gran valor, únicas y especializadas. Una manera distinta de conocer España, una forma especial de saborear cada viaje que va más allá del turismo gastronómico.



Los **Objetivos Principales** del departamento son:

- **Atraer** visitantes y turistas a Valladolid, aumentando cada año el número de los que eligen este destino prioritaria o complementariamente por su oferta enogastronómica.
- **Organizar, promocionar y comercializar** Valladolid como destino turístico gastronómico y del vino, ayudando de esta forma a desarrollar y potenciar una actividad económica que tenga unos resultados directos sobre la facturación de las empresas implicadas y sobre la imagen de la marca general y de las empresas en particular.
- **Mejorar** la oferta de Enoturismo y Gastronomía de Valladolid mediante la sensibilización e implicación de un mayor número de entidades privadas.
- **Elaboración** de un producto de calidad basado en la cultura gastronómica, que cumpla las expectativas de los visitantes, aumentando de esta forma la afluencia de turismo a Valladolid.
- **Potenciación** de la economía y **generación** de empleo en la zona.

1. ORGANIZACIÓN Y ASISTENCIA A EVENTOS ENOGASTRONÓMICOS, FERIAS Y JORNADAS DEL SECTOR

1.1 MADRID FUSIÓN 2023 (23-25 enero)

Madrid Fusión es una de las citas gastronómicas anuales más importantes a nivel internacional y una oportunidad única para ganar notoriedad y visibilidad de marca entre un público objetivo especializado en el ámbito de la gastronomía.

Valladolid volvió un año más a Madrid Fusión, el congreso gastronómico más importante del mundo, que se celebró en el pabellón 14 del recinto ferial IFEMA MADRID del 23 al 25 de enero. En esta edición, el Ayuntamiento de Valladolid, a través de la Sociedad Mixta para la promoción del Turismo, contó con dos stands en los que se realizaron actividades a lo largo de los tres días que duró el congreso.

De esta forma, en el primero de los espacios se realizaron diferentes degustaciones de tapas ganadoras y catas de productos maridadas con vinos de seis de las ocho Denominaciones de Origen con presencia en la provincia de Valladolid.



Madrid Fusión 2023. SMTVA

El segundo de los espacios perteneciente a la red Saborea España, de la que forma parte Valladolid, y en ella se realizaron diferentes talleres, demostraciones de elaboración de tapas y catas.



Madrid Fusión 2023. SMTVA

1.2 Sal3n Internacional de Enoturismo FINE 2023 (1-2 marzo)

La cuarta edici3n de FINE, la Feria Internacional de Enoturismo, reuni3 durante dos jornadas a m1s de 125 bodegas, hoteles y destinos enotur1sticos de Italia, Espa1a, Portugal y a la regi3n francesa de Champagne junto a cerca de 70 turoperadores y agencias de viajes de 12 nacionalidades.

Bodegas emblem1ticas de Ribera del Duero, Pened1s, Rioja, Somontano, Ribeiro participaron en esta cita para profesionales del enoturismo, cuyo principal motor de actividad es el mercado de contrataci3n cuya agenda arranca con 2.200 entrevistas previas concertadas con los compradores de Gran Breta1a, Pa1ses Bajos, Brasil, Canad1, Francia, Portugal, B1lgica, Italia, Alemania, Espa1a, Suecia y Estados Unidos que asistieron a esta cita.

Los segmentos que suscitaron mayor inter1s entre estos compradores son experiencias de calidad, naturaleza y grupos, as1 como la demanda de viajes de incentivo y organizaci3n de eventos.

La cuarta edici3n de la Feria Internacional de Enoturismo, FINE, ratific3 el 1xito de un formato que apuesta por la especializaci3n y el 1mbito global de sus contenidos. Esta cita, se caracteriz3 por la incorporaci3n de nuevas bodegas y destinos y el retorno al modelo presencial. Adem1s, los expertos que intervinieron en el ciclo de conferencias auguraron buenas perspectivas de crecimiento para el sector enotur1stico.



Feria FINE 2023. Feria de Valladolid

1.3 VALLADOLID, PLAZA MAYOR DEL VINO 2023 (5-7 mayo)

La quinta edición de “Valladolid. Plaza Mayor del Vino”, se celebró del 5 al 7 de mayo. Durante esos días, la Plaza Mayor se convirtió en punto de encuentro de las cinco denominaciones de origen con presencia en la provincia de Valladolid.



En esta ocasión fueron 30 bodegas las participantes en una edición en la que también estuvieron presentes diez productores de alimentos.

Los asistentes pudieron adquirir un bono de cinco vinos, más una copa serigrafiada y un portacopas por diez euros. El acceso al espacio habilitado en la Plaza Mayor fue libre para todo el público, pero sólo se permitió el consumo de vino a mayores de 18 años.

Plaza Mayor del Vino contó con diversas actividades de animación, con música de ambiente y tres actuaciones de grupos musicales. El viernes, actuó Bloody Mary; el sábado fue el turno de Cañoneros y el domingo cerró el evento Holy Bitch.

Además, con la colaboración de las Rutas del Vino se organizaron cuatro rutas: el sábado 6 en Rueda y Ribera del Duero y el domingo día 7 en Cigales y Toro. Las excursiones partieron a las 10 de la mañana desde la Oficina de Turismo de la Acera de Recoletos y regresaron sobre las 19.30 horas. El precio fue de 55 euros e incluyó el desplazamiento, actividades guiadas, visitas culturales, visitas a bodegas y viñedos y la comida.

Por otra parte, y en colaboración con las Rutas del Vino, se organizaron dos catas populares denominadas “Anticata” que se celebraron el sábado a las 12.30 y a las 18.15 horas y en las que se degustaron vinos de algunas de las denominaciones de origen de Valladolid. Tuvieron capacidad para 150 personas, su precio fue de 2 euros.

Las bodegas participantes fueron las siguientes:

D.O. CIGALES: Cooperativa Cigales, Mucy, Hijos de Félix Salas, Sinforiano, Eme, Lagar del Duque, Hijos de Rufino Iglesias, Traslanzas, Alfredo Santamaría y Frutos Villar.

D.O. RUEDA: El Lagar de Moha, Eresma - La Soterraña, Rodríguez y Sanzo, Vino Imparable, Nidia Bodegas y Viñedos, JF Arriezu Bodegas, La Secanas, Diez Siglos y Cerrosol.

D.O. RIBERA DEL DUERO: Barco las Culebras, Palacio de Villachica, Dominio del Cuco, Sarmentero, Vinos Valbuena, Vinos Themera.

D.O. TORO: Rejadorada

D.O. LEÓN: Melgarajo

IGP TIERRA CASTILLA Y LEÓN: Viña Desgracia, Bodegas de crianza de Pozaldez sl, Lar de Maía.

Por otro lado, los productores de alimentos participantes fueron: Montequesos, Pantaleón Muñoz, La Despensa de Caño Argales, Dulces Artesanos Carmelitas Samaritanas, Todocatering, Emán Vara Gourmet, Olibher, Canto 5 Diez Siglos y Espárragos Remondo.



Valladolid, Plaza Mayor del Vino 2023. SMTVA

1.4 XXV CONCURSO PROVINCIAL DE PINCHOS

La Asociación Provincial de Hostelería de Valladolid en colaboración con el Ayuntamiento de Valladolid a través de la Sociedad Mixta de Turismo volvió a organizar el XXV Concurso Provincial de Pinchos que se celebró entre el 3 y el 11 de junio. La final tuvo lugar el lunes día 12 de junio en la Escuela Internacional de Cocina "Fernando Pérez".

En esta edición se inscribieron un total de 48 hosteleros, de los cuales cuarenta fueron de la capital y ocho de la provincia.



Cartel Concurso Provincial de Pinchos de Valladolid 2023. APEHVA

Celebrada en el teatro Calderón la entrega de premios del XXV Concurso Provincial de Pinchos, cuyo máximo galardón, el Pincho de Oro, recayó en "Pucela roll", del restaurante Trasto.

El Pincho de Plata, en esta ocasión fue para el Puerto Chico por su tapa "Huellas"

El Pincho de Bronce se lo llevó Jiapan con "Arcane", mientras que el de Cobre fue para Los Zagales por "Toma pan y moja".

Los cuatro establecimientos fueron los que representaron a Valladolid en el Concurso Nacional de Pinchos y Tapas que se celebró en la Cúpula del Milenio el 6 y 7 de noviembre.

DÍA MUNDIAL DE LA TAPA. SEÑA DE IDENTIDAD

Desde 2010 Saborea España ha organizado el Día Mundial de la Tapa en nuestro país. Cinco años más tarde, en 2015 Turespaña impulsó la primera edición internacional. En 2016 ambas entidades acordaron organizar todas las acciones de homenaje en un mismo día, el tercer jueves del mes de junio, y así concentrar esfuerzos para conseguir que el Día Mundial de la Tapa sea un evento anual de repercusión internacional, que sirva para comunicar al público la potencialidad de la cocina española, y reforzar así el reconocimiento de la Marca España.

¿Y por qué la tapa? Porque se trata de una seña de identidad de España por su elaboración singular y variadas porciones; porque se consume en toda la nación; y por su forma de consumo, que suele conllevar los conceptos de convivencia y diversión.

FESTIVAL DE LA TAPA

Como novedad, la APEH, con la colaboración del Ayuntamiento de Valladolid, a través de la Sociedad Mixta para la promoción del Turismo, se organizó el Festival de la Tapa que tuvo lugar del 15 al 18 de junio en la Acera de Recoletos.

En este festival se ofrecieron al público los 25 pinchos de oro de todas ediciones del Concurso provincial. Por 25 euros se pudo adquirir un bono para degustar cinco de esas creaciones, junto con dos bebidas. Además, se regaló una copa conmemorativa del evento y un portacopas. El evento contó con actuaciones musicales, en colaboración con Mahou y Coca-Cola, y también hubo actividades infantiles.



Además, el 16 de junio se celebró en Valladolid dentro del Festival el acto institucional del “Dia Mundial de Tapa”.



Festival de la Tapa 2023. Autor: Jonathan Tajés. El Día de Valladolid

I CONCURSO DE TAPAS DE CATALUÑA 2023

En Barcelona se celebró el 17 de julio el I Concurso de Tapas de Cataluña. La Sociedad Mixta ejerció de maestra de ceremonias y parte integrante del jurado. Allí, quince participantes de toda Cataluña compitieron para ser los representantes catalanes en el XIX Concurso Nacional de Tapas de Valladolid del mes de noviembre. Es el primer concurso de tapas autonómico de España que se organiza siguiendo las normas del Nacional de Valladolid, de acuerdo con el Convenio de colaboración firmado entre las partes.



I Concurso de Tapas de Cataluña 2023. SMTVA

SHALOM SPAIN 2023

Saborea Valladolid se llevó al cocinero vallisoletano Alejandro San José, de Habanero Taquería, que fue el encargado de representar a Valladolid y a España en una acción de promoción turística celebrada en Tel Aviv, en Israel, para dar a conocer los atractivos turísticos españoles el pasado 11 de septiembre. En concreto, el chef participó en las Jornadas Directas de Apoyo a la Comercialización de Turismo “Shalom Spain-23”, organizadas por la Consejería de Turismo en Roma, responsable del mercado de Israel.

La gastronomía vallisoletana estuvo representada por dos tapas: “Mar de Valladolid”, un crujiente de piel de bacalao con brandada de bacalao, chintextle, praliné de ajo, tartar de langostino de Valladolid y piñones tostados; y “Pastor”, una terrina de guiso de lechazo de Valladolid, migas de su chicharrón, yema curada, emulsión de sopa de ajo y lima rallada. Las cuatro elaboraciones se maridaron con vinos de Valladolid.



*Shalom Spain – Tel Aviv Israel
2023. SMTVA*

CEAV MADRID

El 19 de octubre Valladolid participaba en el evento de Saborea España, en colaboración con CEAV, presentando un viaje por la gastronomía española a las agencias de viajes en Madrid.

Se realizó un workshop experiencial para que los profesionales del sector de los viajes

turísticos disfrutaran y conocieran las propuestas de Valladolid y otros 8 destinos de Saborea España más la presencia de IRYO como marca de servicios de alta velocidad ferroviaria.

En la ciudad de Madrid y ocupando esta vez un estudio de rodaje con pantalla gigante, Saborea España presentó las propuestas gastronómicas de 9 destinos utilizando los 5 sentidos. Una completa degustación de tapas, productos, vinos y licores envueltos en un formato audiovisual inmersivo.



CEAV – Madrid. Saborea España

A pesar de las inclemencias del tiempo, asistieron más de 50 agencias de viaje especializadas en el turismo gastronómico.

El acto contó con la presencia de Emilio Gallego, secretario General de Saborea España y de Pablo Parrilla, vicepresidente económico de CEAV, junto con diversos responsables institucionales de los destinos.



CEAV – Madrid. Saborea España

TAPAS POR BARRIOS “VALLADOLID TAPAS WALK”, XIX CONCURSO NACIONAL DE PINCHOS Y TAPAS CIUDAD DE VALLADOLID Y VII CAMPEONATO MUNDIAL DE TAPAS

II Concurso de Tapas por Barrios “Valladolid Tapas Walk”

La Cúpula del Milenio albergó el sábado día 4 de noviembre la final de la competición del II Concurso de Tapas por barrios “Valladolid Tapas Walk”. En ella, participaron los 12 finalistas, elegidos durante las seis fases del concurso. El bocado final de la segunda edición del Concurso de Pinchos por Barrios de Valladolid se degustó con los tres primeros clasificados que situó a 'Michemar', del bar Miel y Mostaza como el vencedor en la final celebrada en la Cúpula del Milenio. Ganador de la fase 6 celebrada en La Rubia, Parque Alameda y Covaresa con un aguachile sobre crujiente de maíz, algas y michelada, además de premios en metálico, este establecimiento tuvo la oportunidad de elaborar y ofrecer su pincho los días 6, 7 y 8 de noviembre durante la celebración de los Concursos Nacional y Mundial de Tapas.

Así como también lo pudo disfrutar tanto el segundo clasificado como el tercero. El 'pincho de plata' fue a deparar al Restaurante Vables con su pincho 'Aperitivo Perfecto', un mejillón en escabeche con cítricos que en la fase previa participó en la zona de La Circular, Pajarillos y San Isidro. En tercera posición y completando el pódium se clasificó el bar Las Kubas con 'Núcleo', un buñuelo de pollo de corral con bogavante, mayo de cítricos y de sriracha, que en la Fase Previa fue el pincho ganador de la zona de Campogrande, Plaza de Toros, Cuatro de Marzo y La Farola, y que lleva el nombre de 'Núcleo'



II Concurso de Tapas por barrios “Valladolid Tapas Walk”. SMTVA

El jurado de la final estuvo compuesto Alvar Hinojal (Restaurante Alquimia con una Estrella Michelin), Emilio Martín (Restaurante Suite 22 y ganador del Concurso Nacional de Tapas 2020), Julio Cerezo (Beer Sommelier y formador/director de Saber), Ángel Cuadrado y Marta Astorga (ambos representantes y jurados permanentes de 'Valladolid tapas walk' 2023).

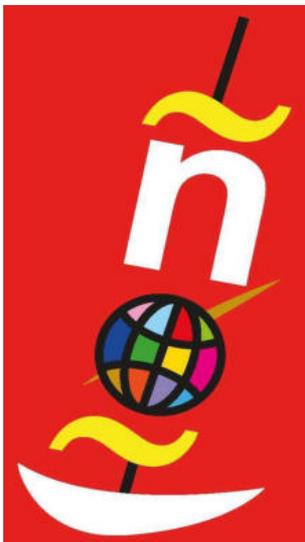
En esta segunda edición participaron un total de 115 establecimientos repartidos entre las 6 fases en las que se divide el concurso.

En la entrega de premios estuvieron presentes, Blanca Jiménez, concejala de Turismo, Eventos y Marca Ciudad del Ayuntamiento de Valladolid, y Jaime Fernández, presidente de la Asociación de Hostelería de Valladolid.

XIX Concurso Nacional de Pinchos y Tapas

Entre los días 6 y 8 de noviembre, Valladolid se convirtió una vez más en la Capital Nacional y Mundial de las Tapas. India, en esta ocasión fue el país invitado

El certamen estuvo presidido por Iván Cerdeño, Chef del Restaurante “El Cigarral del Angel” en Toledo con 2 estrella Michelin.



XIX Concurso Nacional de Pinchos y Tapas. Autor: SMTVA

En esta XIX convocatoria participaron 45 chefs representando a 17 Comunidades autónomas del país.

La competición se celebró en la Cúpula del Milenio los días 6 y 7 de noviembre. Un año más, se entregaron premios a la mejor tapa de España, dotado con 10.000 euros, tapa subcampeona con 5.000€, tapa en tercera posición con 2.500€ y tres accésits.



XIX Concurso Nacional de Pichos y Tapas. Autor: SMTVA

El premio a la tapa campeona de España, dotado con 10.000 euros, fue para el cocinero Teo Rodríguez, del restaurante **Trasto**, por su tapa “**Pucela roll**”.

VII Concurso Mundial de Tapas

El Concurso Mundial de Tapas, fue presidido en esta edición por Pía Salazar, considerada la Mejor Repostera del Mundo 2023.



VII Campeonato Mundial de Tapas. Autor: SMTVA

Participaron en el Concurso Mundial los siguientes 16 países: Alemania, Andorra, Bahrein, Brasil, Canadá, Chile, España, Francia, India, México, Nueva Zelanda, Perú, Singapur, Sudáfrica, Suecia y Emiratos Árabes.

El concursante Noel Moglia del restaurante Julita Wärdshus (Suecia), se proclamó Campeón del Mundo de Tapas con su «My roots and knowledge», hermanado con el Restaurante HQ.

6.4 Departamento de Turismo internacional

El objetivo principal del departamento de turismo internacional de Valladolid, al frente del cual se encuentra Loreto Arenales, es reforzar el posicionamiento internacional de Valladolid como destino turístico, así como reforzar el desarrollo de los programas de Enseñanza de español para extranjeros y la Valladolid Film Commission, ambos proyectos desarrollados por la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid.

Desde hace años, las tendencias de turismo en Valladolid ponen de manifiesto la necesidad de un plan de internacionalización firme para que la marca de Valladolid, ya consolidada en el ámbito nacional, alcance mayores cifras en cuanto a turismo extranjero.

El plan de promoción internacional pretende mejorar nuestra visibilidad en apoyo de los productos turísticos ya consolidados: gastronomía y enoturismo, congresos, idiomático y turismo cinematográfico. De esta manera se pretende atraer a la ciudad eventos culturales internacionales, dar a conocer la ciudad en el exterior y atraer visitantes de otros países.

En esta memoria hablaremos de los diferentes productos por separado:

- Acciones de promoción de turismo internacional
- Turismo idiomático: Aprende español en Valladolid
- Valladolid Film Commission

a) TURISMO INTERNACIONAL

Se han desarrollado varias acciones de promoción encaminadas a la difusión de Valladolid como destino de turismo cultural, patrimonial, gastronómico y enoturístico.

Pure Spain (París)

Jornada de contratación con operadores y agencias de toda Francia. Valladolid tuvo un total de 25 reuniones con agencias interesadas en turismo cultural, congresos y eventos y turismo idiomático.



Mesa de Valladolid en Pure Spain. SMTVA

Jornada MICE (Segovia)

Jornada de contratación con 10 operadores españoles interesados en congresos y eventos, organizado por Fundación Siglo.



Presentación de la Jornada MICE en Segovia. SMTVA

Roadshow TurEspaña (Italia)

Dos jornadas de contratación en Venecia-Treviso y Gubbio, con operadores y agencias de toda Italia. Valladolid tuvo un total de 50 reuniones con agencias interesadas en turismo cultural, congresos y eventos y turismo enogastronómico.



Mesa de Valladolid en roadshoy Italia. SMTVA

Jornadas sobre Turismo Emisor Chino de Turespaña

Participación en las jornadas formativas organizadas por Turespaña sobre el turismo emisor chino. Las sesiones han versado sobre turismo cultural, gastronomía, turismo de compras, etc.

Formación online sobre el mercado emisor chino

Inicio: 04/03/2019 - 09:00h (Valladolid)
 Duración estimada: 7 horas

Contenidos:
 Introducción: Situación del Turismo en España y el Mundo
 (Inicio: 04/03/2019 a las 09:00h - Final: 04/03/2019 a las 09:15h)

| Temática | Fecha | Contenidos |
|-----------------------------------|----------|---|
| Introducción | 04/03/19 | El mercado emisor chino Situación del turismo en España y el mundo El turismo emisor chino: un mercado en crecimiento El turismo emisor chino: un mercado en crecimiento El turismo emisor chino: un mercado en crecimiento |
| Turismo cultural | 05/03/19 | Turismo cultural El turismo cultural en España El turismo cultural en España El turismo cultural en España |
| Turismo gastronómico | 06/03/19 | Turismo gastronómico El turismo gastronómico en España El turismo gastronómico en España El turismo gastronómico en España |
| Turismo de compras | 07/03/19 | Turismo de compras El turismo de compras en España El turismo de compras en España El turismo de compras en España |
| Turismo digital | 08/03/19 | Turismo digital El turismo digital en España El turismo digital en España El turismo digital en España |
| Marketing y relaciones de negocio | 09/03/19 | Marketing y relaciones de negocio El marketing y las relaciones de negocio en España El marketing y las relaciones de negocio en España El marketing y las relaciones de negocio en España |



Imágenes de la agenda y de una de las diferentes presentaciones. SMTVA

Visitas de delegaciones: Francia, Estados Unidos, Corea del Sur

Valladolid ha recibido a varias delegaciones interesadas en nuestro territorio como destino de turismo de lujo, gastronomía y turismo de negocios.



Recepción de Corea del Sur en el Ayto de Valladolid. SMTVA



Recepción de Francia en el Ayto de Valladolid y visita de agentes de EEUU por Valladolid. SMTVA

b) TURISMO IDIOMÁTICO: APRENDE ESPAÑOL EN VALLADOLID



Desde el año 2010 se firma cada año un Convenio de Promoción de la Enseñanza de Español en Valladolid entre el Ayuntamiento de Valladolid, a través de la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo en Valladolid, la Excm. Diputación Provincial de Valladolid, la Universidad de Valladolid, la Cámara de Comercio de Valladolid, y ACEEVA, (Asociación de centros de español en Valladolid) con el objetivo común de promocionar el conocimiento de la lengua española, y su utilización como recurso para el desarrollo económico, turístico y cultural, aprovechando las sinergias derivadas del trabajo en colaboración, para mejorar las estructuras existentes en Valladolid, y dar a conocer la oferta disponible de nuestra provincia en otros países, colocándola entre los destinos preferentes internacionalmente.

El sector de la enseñanza de español para extranjeros se consolida lentamente como una actividad de gran potencial para la economía vallisoletana, que tiene en el idioma uno de sus principales valores y atractivos a nivel mundial.

Poder estudiar español al lado de la Casa de Cervantes, en la ciudad de Miguel Delibes o Rosa Chacel, es un privilegio como también lo es el poderlo hacer en centros de nivel universitario y profesional certificados por el Instituto Cervantes, y hacerlo, además, en

un entorno urbano que recibe la máxima calificación por parte de nuestros alumnos, en términos de seguridad, sostenibilidad y comodidad.

La imagen que se llevan de Valladolid es muy buena, por lo que estos alumnos realizan una importante labor de promoción en sus lugares de origen, además de la que realizan las propias instituciones y los centros educativos para seguir creciendo como ciudad de referencia en la enseñanza del español.

En este año 2023 nos hemos enfocado en acciones para profesores de español en el extranjero que son grandes prescriptores de nuestro territorio entre sus estudiantes, fomentando cursos de formación y didáctica, y con excursiones específicas para ellos. Han tenido muy buena repercusión y hemos aumentado bastante la base de datos de profesores.

El convenio de promoción establece un marco común de trabajo para la promoción de Valladolid como espacio de excelencia en el campo de la enseñanza del español, fijando las acciones comunes que las partes desarrollarán en aspectos como infraestructuras, programas de formación, promoción en el extranjero o alojamiento de alumnos, entre otros.

Las acciones que se desarrollan se dividen en:

- *Acciones de promoción en el exterior: asistencia a ferias, workshops con representantes de instituciones educativas en el exterior, contacto con profesionales del sector*
- *Acciones de promoción en internet: boletines electrónicos, anuncios en páginas especializadas, página web*
- *Misiones inversas en Valladolid con profesores, representantes y agentes de países emisores*
- *Acciones de apoyo a los centros de español en Valladolid: subvenciones para acreditaciones, asistencia a ferias, información turística, materiales promocionales, ayudas a la promoción internacional*
- *Oficina de atención al estudiante extranjero*

ACCIONES DE COORDINACIÓN

- Coordinación interna con los centros asociados al convenio de promoción:
 - Universidad de Valladolid
 - Escuela de Español de la Cámara de Comercio e Industria de Valladolid
 - Diputación de Valladolid

- Asociación de Centros de Español para Extranjeros en Valladolid (5 centros):

1. La Casa del Español
2. Fundación para la Difusión de la Lengua y Cultura Española
3. Duero Cursos de Español
4. International House Valladolid
5. Universitas Castellae

- Envío de material promocional: carpetas y fichas de cada centro. Flyer informativo. Merchandising para estudiantes (botellas de agua, gorras y sudaderas). Figuras decorativas de Valladolid
- Gestión de la participación conjunta de los centros de español en ferias del sector tanto nacional como internacional. Así como el envío de material promocional y folletos para cada evento.
- Gestión de la publicidad de Valladolid como destino de turismo idiomático para ferias, webs especializadas, revistas de idiomas y viajes, redes sociales, etc.
- Envío de materiales promocionales a centros educativos y profesores de español en el extranjero para su difusión entre los alumnos. Envío de material a sedes del Instituto Cervantes, consejerías, OETs, etc
- Apoyo a los centros de español para extranjeros en Valladolid en sus acciones internacionales y en las visitas de sus grupos de estudiantes.
- Gestión de visitas guiadas y entradas a los recursos turísticos de Valladolid para grupos de estudiantes o estudiantes individuales.



Grupo de estudiantes Fundación de la Lengua. SMTVA

- Gestión de recepciones en el Ayuntamiento a los profesores y grupos de estudiantes extranjeros.
- Apoyo para la solicitud de visados mediante cartas de invitación.
- Preparación de materiales para estudiantes: packs de bienvenida con información turística de la ciudad y provincia.

- Apoyo a los centros acreditados por el Instituto Cervantes en el canon anual y las renovaciones.
- Actualización de las bases de datos.
- Gestión del presupuesto y el plan de acción anual.
- Contabilidad del departamento: facturación, pagos y justificaciones de convenios.
- Reuniones del comité de seguimiento del Convenio de promoción del español en Valladolid.
- Coordinación del Observatorio turístico: informes oferta y demanda del turismo idiomático en Valladolid.
- Gestión y ampliación de la Bolsa de Familias Anfitrionas.
- Seguimiento y envío de información a los contactos hechos en acciones de promoción.

ACCIONES DE PROMOCIÓN

Congreso ELE Junta de Castilla y León

La Junta de Castilla y León y la Universidad de Salamanca, con la colaboración de la Asociación Americana de Profesores de Español y Portugués (AATPS), la Fundación Instituto Castellano y Leonés de la Lengua y el Ayuntamiento de Salamanca, convocan este evento en torno a la enseñanza del español para extranjeros, el *VII Congreso Internacional del Español «Español para todos»*, que se ha celebrado del 26 al 28 de junio de 2023 en el Palacio de Congresos de Salamanca. El programa científico del encuentro se puede consultar en la página web www.congresosele.com

Valladolid contaba con dos stands en la zona de exposición, uno para el Centro de Idiomas de la Universidad de Valladolid y otro para Aprende español en Valladolid.

Los centros de ACEEVA también han participado.



Fotos de los stands de Valladolid y de la ponencia inaugural del congreso en Salamanca. SMTVA

Excursiones a Valladolid para los profesores asistentes al congreso

Los profesores asistentes al congreso, han tenido la oportunidad de disfrutar de una excursión gratuita a Valladolid (en dos fechas disponibles, 25 y 29 de junio) para conocer la ciudad y la provincia.

Se inscribieron un total de 69 profesores y visitaron la ciudad y una bodega de la DO Rueda.

El impacto ha sido muy positivo.



Fotos de los profesores asistentes en Valladolid y en la bodega de Rueda. SMTVA

Salón Partir Etudier al Etranger – París

Los días 7 y 8 de octubre se ha desarrollado en el Centro Ferial Porte de Versailles, la feria especializada en viajar al extranjero que organiza la Asociación L'Etudiant.

Valladolid tenía un stand dentro del pabellón español, al que ha acudido a presentar la oferta de cursos la Fundación de la Lengua Española.



Foto del stand en la feria. SMTVA

Expolingua Berlin

Los días 1 y 2 de diciembre, Valladolid ha participado en una nueva edición presencial de Expolingua. Feria de renombre en Alemania dedicada al turismo idiomático.

Valladolid contaba con un stand donde se ha repartido información de todos los centros y con la presencia de un estudiante de La Casa del Español.

Además, hemos impartido dos talleres para profesores y alumnos:

- Cómo mejoré mi español gracias a estudiar en Valladolid (por Sebastian Anders)
- Aprende español a través de los escritores vallisoletanos (por Loreto Arenales)



Fotos del stand de Valladolid y de una de las presentaciones en Berlin. SMTVA

Publicidad Language Magazine

Con motivo de la feria ACTFL en Estados Unidos, hemos publicado un anuncio en la revista Language Magazine que se ha distribuido a todos los asistentes.



Imagen de la publicidad en Language Magazine. SMTVA

Jornadas de Español para profesores

Hemos participado, junto al Centro de Idiomas de la Universidad de Valladolid en 3 jornadas organizadas por la Junta de Castilla y León en Edimburgo, Londres y Bristol. En todas ellas se contaba con la presencia y colaboración de la Consejería de Educación de Reino Unido.

El Centro de Idiomas de la UVA ha impartido un taller específico de enseñanza de español en cada ciudad y nosotros hemos apoyado cada acción con una mesa expositora donde dábamos información a todos los profesores sobre los cursos de español en Valladolid.



Fotos de la mesa informativa y de uno de los talleres para profesores. SMTVA

Jornadas de Español para profesores online

La Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León, a través de la Fundación Siglo, organiza cada año distintas jornadas de español en línea y presenciales, en colaboración con las Consejerías de Educación de las Embajadas Españolas en el exterior. Estas Jornadas Didácticas están dirigidas a profesores de español como lengua extranjera de diferentes países y son impartidas por profesores de escuelas de español acreditadas por el Instituto Cervantes y universidades de nuestra región.

Además, los ayuntamientos que lo deseen pueden participar emitiendo diferentes videos promocionales y participando en las clausuras para invitar a los profesores a venir a Valladolid con sus estudiantes.

Valladolid, en cada una de ellas, ha mostrado dos vídeos a los asistentes a los talleres y al final, hemos podido saludar a los participantes, contarles sobre los cursos de español en Valladolid y explicar las posibilidades para venir junto con sus estudiantes. También les ofrecemos la posibilidad de recibir materiales por correo postal, para lo cual hemos tenido muy buena respuesta.

Países en los que hemos participado:

- Francia
- Finlandia
- Islandia
- Noruega
- Reino Unido
- Irlanda
- EEUU



Imagen de una de las jornadas. SMTVA

Jornadas de contratación de Euespaña

Euespaña ha convocado este año tres jornadas de promoción con agentes y con instituciones de educación superior. Son jornadas que se desarrollan online con entrevistas de 20 minutos.

En cada jornada hemos contactado con aproximadamente 15 agencias y universidades.

Después de explicarles las opciones para estudiar en Valladolid, les enviamos un correo electrónico con toda la información, links, precios, etc.

Hemos participado en 3 ediciones diferentes de las Jornadas Técnicas Virtuales dirigidas a universidades, entidades con oferta educativa de ciclo superior, escuelas de negocios, agencias y centros de estudios de Brasil, Italia y Canadá.

Estas jornadas cuentan con una importante ayuda del Instituto Español de Comercio Exterior y son muy efectivas para lograr contactos y convenios con universidades en el exterior que quieran ofrecer cursos de español a sus estudiantes.



Imagen de uno de los encuentros con instituciones educativas extranjeras. SMTVA

Qué Pasa - Spanish Culture Festival – Polonia

Valladolid ha sido invitada a dar a conocer su oferta cultural y turística durante el Festival Qué pasa – Spanish Culture Festival, en modalidad online los días 14-19 octubre.

Es un festival organizado por Kontakt, centro especializado en idiomas y que está dedicado a gente polaca interesada en el idioma y la cultura española.

En la presentación se dio a conocer los recursos de Valladolid y su atractivo como lugar para aprender español.



Presentación online sobre Valladolid como destino de turismo idiomático – SMTVA

Acciones desarrolladas por los centros de español

En los últimos años, los centros participantes en el convenio de colaboración han podido disponer de un presupuesto para acciones de promoción de Valladolid y de sus centros, y así poder destinar los recursos a sus acciones más directas.

Algunos centros han optado por viajes de responsables de los cursos de español a nuestra ciudad y provincia para que conozcan de primera mano las ventajas de traer a sus estudiantes a aprender español a Valladolid.

Otros han optado por acciones directas en algunos países como Reino Unido o Italia.

Y también, en este año, se han realizado acciones de posicionamiento web, redes sociales y vídeos promocionales. Así como artículos de merchandising para profesores y estudiantes.

En todas ellas se ha destacado Valladolid como ciudad ideal para el aprendizaje de español como lengua extranjera y se ha realizado una memoria individual de la acción.



Imagen de una reunión con un profesor de Reino Unido con material de Valladolid como destino de turismo idiomático – Duero Cursos de Español

MATERIALES DE PROMOCIÓN

Se han realizado diferentes folletos de información sobre los cursos de español en Valladolid y artículos de merchandising para estudiantes y profesores:

- Bolsas de tela
- Pegatinas – signos de puntuación y Valladolid
- Libretas con bolígrafo
- Ruedas de verbos
- Flyers
- Carpetas
- Botellas, sudaderas, gorras, camisetas, imanes...



Imagen de los materiales promocionales de aprende Español en Valladolid. SMTVA

ACCIONES ONLINE

Gestión y actualización de los contenidos web en www.spanishvalladolid.com

Valladolid, español 100%

El idioma español es patrimonio principal de Valladolid y su provincia. La tradición humanística de la ciudad, junto con su Universidad, la incesante vida cultural, la actividad industrial y económica y sus gentes, mejora y enriquece el aprendizaje y la experiencia de los estudiantes y hacen de Valladolid un lugar propicio para el estudio del idioma español.

Valladolid es una ciudad segura, cómoda y con todos los servicios a tu disposición. Es la capital administrativa de Castilla y León y una ciudad de marcado carácter universitario (con más de 25.000 estudiantes universitarios), industrial, tecnológico y cultural. Descubre una ciudad con siglos de historia, pero con una vibrante vida cultural contemporánea y modernas comunicaciones nacionales e internacionales.



Centros para aprender español



Imagen de la página Aprende español en Valladolid dentro de la web info.valladolid.es

Gestión y actualización de Redes Sociales

FACEBOOK: <https://www.facebook.com/learnSpanishinVLL>

YOUTUBE: <http://www.youtube.com/SpanishValladolid>

TWITTER: <https://twitter.com/spanishinVLL>

INSTAGRAM: <https://www.instagram.com/spanishinVLL/>

Se dan a conocer a través de las redes sociales y las páginas web las acciones desarrolladas por las empresas asociadas y se publican contenidos relacionados con el aprendizaje del español en Valladolid, así como otros contenidos relacionados con la promoción de Valladolid como destino internacional.



Imagen del perfil de Instagram de Aprende español en Valladolid. SMTVA

El objetivo común de todas las acciones es la promoción del conocimiento de la lengua española, y su utilización como recurso para el desarrollo económico, turístico y cultural, aprovechando las sinergias derivadas del trabajo en colaboración, para mejorar las estructuras existentes en Valladolid, y dar a conocer la oferta disponible de nuestra provincia en otros países, colocándola entre los destinos preferentes internacionalmente para el aprendizaje y perfeccionamiento en el uso de nuestro idioma.

c) VALLADOLID FILM COMMISSION



La **Valladolid Film Commission** es una oficina técnica pública, integrada en la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid, que se encarga de asistir a las productoras audiovisuales (cine, TV, publicidad, animación, digital) que desean desarrollar sus proyectos en la ciudad de Valladolid y su provincia, proporcionando, igualmente, la información logística, artística y profesional necesaria para rodar en cualquier localización seleccionada, en todas las fases desde la pre a la post producción.

Creada a finales de 2013 dentro del plan de acción para la promoción del turismo internacional de la Sociedad Mixta de Turismo, siguiendo un modelo consolidado en todo el mundo desde hace décadas, desde su puesta en marcha Valladolid Film Commission forma **parte activa de la Spain Film Commission -SFC-** (entidad nacional de promoción de rodajes). Dentro de esta entidad, ostentó desde su entrada una de sus Vicepresidencias, especialmente dedicada al denominado “Turismo cinematográfico”, y en la actualidad Juan Manuel Guimeráns, Gerente de la SMTVA y coordinador de VAFC es Secretario general de la Spain Film Commission. Además, gracias a la colaboración con la Fundación Casa de la India, radicada también en Valladolid, ha colaborado muy activamente a la promoción de la relaciones con las diferentes industrias audiovisuales de la India, primer país del mundo en número de producciones.

El principal objetivo de Valladolid Film Commission, no obstante, es **promocionar Valladolid y su provincia como localización** de cualesquiera proyectos audiovisuales locales, nacionales o internacionales, con la finalidad inmediata de generar actividad industrial local, y paralelamente promover un nuevo nicho de actividad turística. Para ello, el primer paso es contar con un **ecosistema productivo profesional** de base amplia, que incluya no solo localizaciones variadas, accesibles y asequibles, sino también profesionales y empresas capaces de prestar todos los servicios locales que una producción audiovisual requiere.

A tal fin, la Valladolid Film Commission desarrolla **acciones en colaboración** con asociaciones como la Plataforma del Audiovisual de Castilla y León, o con otras entidades de primer nivel en el sector, como la Semana Internacional de Cine de Valladolid SEMINCI, en materia de formación, visibilización, difusión y, desde 2017, con pequeñas ayudas directas a la producción local, que pretenden facilitar el retorno

del talento y de los muchos profesionales de Valladolid que realizan buena parte de sus proyectos en otros territorios.

Operativamente, además de acometer acciones de promoción local y nacional, y participar en las de ámbito internacional de la mano de SFC, la actividad ordinaria de Valladolid Film Commission consiste, gracias a su carácter público, en **facilitar, de modo totalmente abierto y gratuito**, los trámites para solicitar localizaciones en espacios públicos, información para contactar con empresas y localizaciones privadas, obtener permisos, ayudas e incentivos, etc., dando respuesta tanto a las necesidades normativas, como a las operativas y logísticas, para ofrecer en la capital y la provincia todas las posibilidades de un auténtico plató cinematográfico.

Finalmente, pero no por ello menos relevante, Valladolid Film Commission promueve el **contacto entre las empresas y profesionales del sector audiovisual y servicios auxiliares** de la provincia de Valladolid y las productoras interesadas, y pone públicamente a disposición, no sólo los servicios propios de tramitación, sino un amplio catálogo de localizaciones y búsqueda de localizaciones a demanda, y una completa Guía audiovisual de profesionales y empresas del sector, convirtiéndose en una auténtica ventanilla única on-line para cualquier proyecto audiovisual en Valladolid.

En sus casi 10 años de funcionamiento, Valladolid Film Commission no sólo ha sido capaz de asumir protagonismo nacional en la representación y desarrollo institucional del sector, de la mano de la SFC, sino que ha consolidado su carácter de **ventanilla única local para la asistencia a rodajes** en Valladolid, participando, de un modo u otro, en la mayor parte de los proyectos que se han desarrollado en nuestro entorno en este tiempo.

La VAFC cuenta con tres efectivos a tiempo parcial, siendo su responsable general Loreto Arenales, como responsable del departamento de turismo internacional; también desarrollan diversas funciones en esta área el Gerente de la SMTVA, como coordinador de la VAFC, y debido al aumento de la demanda para la gestión de permisos de rodaje, búsqueda de localizaciones, apoyo a visitas técnicas, viajes de familiarización, asistencia a festivales, etc. contamos con el apoyo externo, vía asistencia técnica, de una profesional con amplia experiencia en la gestión cultural y la asistencia a rodajes -Begoña Rodríguez-.



Rodaje de Secundarias de La Esgueva Films en el Teatro Calderón. La Esgueva Films

Además, la VAFC está integrada dentro del proyecto Valladolid Ciudad Creativa en material de Cine, como Unesco designó en 2019 al incluirla en la Red de Ciudades Creativas de dicho organismo. De ahí nació Valladolid City of Film, un proyecto que incorpora cinco objetivos principales:

- Reforzar las políticas e infraestructuras para albergar empresas culturales y audiovisuales.
- Promover nuevos horizontes culturales y regenerar la fibra creativa de la ciudad.
- Liderar un enfoque global hacia el cine sostenible y convertirse en un centro internacional para la innovación en nuevas tendencias y técnicas audiovisuales.
- Promover el cine nacional e internacional en la ciudad.
- Abrir un marco para el intercambio de estudiantes de cine y audiovisuales de ciudades y regiones creativas que están insuficientemente representadas en la globalización cultural.

Estos objetivos se plasman en un compromiso general de mantenimiento de los programas culturales locales tradicionales, no solo audiovisuales, que el Ayuntamiento impulsa de la mano de nuestros Teatros, Museos, Salas de Exposiciones, Centros Cívicos, Centros educativos y sociales ... y por supuesto de la mano de la SEMINCI, buque insignia de una larga y sentida tradición cinéfila inscrita en el ADN de la ciudad y, convertido hoy en referente internacional del cine de autor, la Seminci es nuestro escaparate al mundo.



Rodaje Enclaves para Amazon Prime Video en el Estadio Zorrilla. SMTVA

Durante todo el año, la VAFC realiza diversas actividades permanentes, entre las que podemos destacar:

- Coordinación interna con los asociados a la oficina Valladolid Film Commission: productoras, distribuidoras, profesionales, agencias, empresas de servicios, festivales, etc.
- Participación en eventos y acciones de la Spain Film Commission de la que Valladolid ostenta la secretaría. Gracias a la activa participación de VAFC en la red, hemos asistido a festivales tan importantes como Ventana Sur en Buenos Aires (Argentina), Cannes, Focus London, European Film Market, Conecta, Iberseries, Mafiz, etc.
- Apoyo a las empresas que desean rodar en Valladolid
- Reuniones con empresas, administraciones y festivales
- Actualización de las bases de datos.
- Gestión del presupuesto y el plan de acción anual
- Plan de contenidos de Redes Sociales: Facebook, Twitter, Flickr, Youtube
- Actualización página web: textos, fotografías, base de datos
- Preparación y envío de la Newsletter “Valladolid Ciudad de Cine”: se pueden consultar en la web: <https://valladolidcityoffilm.com/noticias/>
- Realización de videos y materiales promocionales de VAFC
- Actualización de la Filmoteca de Valladolid

- Gestión de la Guía Audiovisual de Valladolid
- Gestión y actualización de Redes Sociales:

YOUTUBE: <https://www.youtube.com/Valladolidfilmoffice>

TWITTER: <https://twitter.com/valladolidfilm>

FACEBOOK: <https://www.facebook.com/ValladolidCityofFilm>

INSTAGRAM: <https://www.instagram.com/valladolidcityoffilm>

APOYO A PROYECTOS AUDIOVISUALES Y ASISTENCIA A RODAJES

Como hemos indicado, una de las misiones de la VAFC es facilitar la actividad audiovisual en Valladolid, una actividad con cerca de 70 años de historia si nos remontamos a las primeras cintas internacionales rodadas en Valladolid (*El Cid*. Anthony Mann. 1955).

En el periodo 2014-2023, la VAFC ha atendido aproximadamente 420 rodajes. Producciones de todo tipo, desde cortometrajes, programas de televisión, videoclips musicales, largos de ficción y documentales.

Muchos de estos proyectos cuentan además con una ayuda extraordinaria por parte de la Valladolid Film Commission por su implicación en el territorio, la contratación de personal técnico y artístico, etc.

En todos los rodajes en la ciudad y provincia, la VAFC se ha encargado de las siguientes gestiones:

- Obtención de permisos de ocupación de vía pública
- Preparación de material
- Información sobre localizaciones en la ciudad de Valladolid y su provincia.
- Obtención de permisos para rodar en lugares públicos y privados
- Contacto con empresas de servicios



Rodajes Flores en la basura 2 de José Antonio Romero. SMTVA

En 2023, los proyectos más relevantes han sido los siguientes:

Secundarias de Arturo Dueñas

Flores en la basura 2 de José Antonio Romero

Las salas perdidas de Plan Secreto

Gallo rojo de Enrique García-Vázquez

La controversia de Valladolid de Juan Rodríguez-Briso

Documental sobre el Duque de Lerma para Canal Arte (Francia)

Otro día más de Juan Carrascal-Ynigo

Reportaje Semana Santa para TV Lituania

Machos Alfa para Netflix

Memento Mori (Capítulo 7) de IZEN Producciones

Publicidad Arabia Saudi – Squint Opera (Reino Unido)

Mi tío de Cornelius Films

El cuñado por los estudiantes del Master de Cine de la UVA

Guías en la noche (Canal de Youtube)

Un país para leerlo para RTVE

Caso dativo de Juan Rodríguez-Briso

España x Descubrir (Canal de viajes)

Trigues Tristes de Enrique García-Vázquez

Magic Retsuden (Historia de Magia) - Japón

Polvo de estrellas de Pedro Del Río (embajador de Notodofilm)

Nudo de Herminio Cardiel

Enclaves para Amazon Prime Video

30 palos de La Brecha Films

No te enamores de Hollywood Boulevard

Un amor especial de Sendero Media (ganador del premio Notodofilm Valladolid Ciudad Creativa)

Spot Gala de los Goya 2024

Entrevistas para el Foro de la Cultura

Campaña de turismo de la Junta de CyL con Siloé

Promoción del Festival de la Tapa

Publicidad de Mi boda viajera



Rodaje capítulo 7 de Memento Mori en Cabezón de Pisuerga. SMTVA

Así como apoyo al rodaje de otros cortometrajes, documentales, publicidad, programas de TV, etc.

PROMOCIÓN DE VALLADOLID CIUDAD DE CINE Y TURISMO CINEMATOGRÁFICO

El Presidente de la Spain Film Commission, Carlos Rosado, utiliza frecuentemente el concepto de que existe un “Círculo virtuoso de los rodajes”, que comienza con la captación y realización del rodaje, que continúa con la promoción del territorio, localizaciones y profesionales que han sido protagonistas de la producción, y termina -para volver a comenzar dicho círculo- con el desarrollo de productos y servicios turísticos que se disfrutan por las personas que se han sentido atraídas por las imágenes que han podido contemplar.

Valladolid Film Commission ha tenido, desde el primer momento de su puesta en marcha, este objetivo muy claro, y viene trabajando para que las producciones que se han desarrollado a lo largo de la Historia en nuestro territorio, y las que se puedan ir captando en la actualidad, sirvan también como base a la difusión de Valladolid como destino turístico y espacio en el que poder revivir la experiencia de ser parte de un territorio de película.

En este sector, la VAFC desarrolla dos tipos de actividades fundamentales, y 2023 ha sido un año especialmente prolífico. De un lado, integrados en la Spain Film Commission, y ostentando en ella la secretaria, participando activamente en las principales acciones de difusión, en especial en el ámbito internacional de mayor crecimiento y potencial actualmente: Asia. De otro lado, promovemos la generación de productos y servicios turísticos locales, vinculados directamente a las producciones

audiovisuales, tales como rutas de cine o servicios de localización y apoyo logístico a producciones.

Mercados a los que hemos acudido para dar a conocer nuestra oferta de productoras, industria local, localizaciones, ventajas competitivas:

- **FITUR SCREEN (MADRID)**
- **EUROPEAN FILM MARKET (BERLIN)**
- **MARCHÉ DU FILM (CANNES)**
- **CONECTA (TOLEDO)**
- **IBERSERIES (MADRID)**
- **MAFIZ (MÁLAGA)**
- **SHOOTING LOCATIONS MARKETPLACE (VALLADOLID)**
- **MUNDOS DIGITALES (A CORUÑA)**

Talleres y programas con los que hemos colaborado y que se han celebrado en Valladolid:

- **QUEER CINE LAB**
- **CICLO VIAJERO DE LA ACADEMIA DE CINE**
- **ENCUENTROS RUEDA – ACADEMIA DE CINE**
- **FORO DE LA CULTURA**
- **STORIES THAT TRAVEL – INDIA**
- **MUNDOS DIGITALES – VALLADOLID**
- **VALLADOLID, UNA PROVINCIA DE CINE**



Encuentro Rueda de Academia de Cine en Valladolid. SMTVA



Mundos Digitales en Valladolid. SMTVA

Certámenes en los que hemos participado, apoyado y/o patrocinado:

- **NOTODOFILM**
- **CERTAMEN DE CORTOMETRAJES DE BUSAN**
- **SEMINCI FACTORY**
- **SOCINE**
- **RUEDA CON RUEDA**

Publicidad en revistas especializadas:

- **CINEARTE**
- **CAMERA & LIGHT**
- **REVISTA SEMINCI**

Estreno de películas y series rodadas con el apoyo de VAFC:

- **DOCUMENTAL COMUNEROS**
- **ESTRENO MEMENTO MORI**
- **ESTRENO LA CONTROVERSIAS DE VALLADOLID**
- **ESTRENO SHORLAND**



Fotograma de la película La controversia de Valladolid de Juan Rodríguez-Briso. Omnicorp Studios

GENERACIÓN DE TEJIDO PRODUCTIVO Y CREATIVO

El tercer gran objetivo de la VAFC es contribuir a que en Valladolid exista un tejido productivo y creativo estable y de calidad vinculado al mundo audiovisual. No es suficiente contar con unas magníficas localizaciones, es necesario, y diríamos obvio, contar con profesionales en las muy diversas facetas que participan en un rodaje, desde su fase creativa o de diseño general de la historia y la producción, hasta las que se desarrollan con posterioridad a ella (postproducción, distribución, comercialización, generación de productos y servicios derivados), pasando, lógicamente, por todas las tareas que intervienen en la propia fase de producción, desde los equipos artísticos a los técnicos.

Para ello la VAFC desarrolla iniciativas en tres ámbitos: colaboramos con los profesionales que de modo permanente o temporal desarrollan proyectos en Valladolid; cooperamos con otras iniciativas públicas o privadas que trabajan en el sector; y procuramos atraer a Valladolid empresas y profesionales que deseen hacer de esta tierra su centro de producción.

En lo que se refiere a la colaboración con los profesionales locales, mantenemos una muy estrecha relación con la Plataforma del Audiovisual de Castilla y León, tanto en acciones de difusión de información relevante, realización de iniciativas conjuntas, y apoyo a producciones locales, y fruto de esa colaboración es la convocatoria del Concurso de producción de cortometrajes **Seminci Factory Valladolid Film Commission**

Durante la 68 Semana Internacional de Cine de Valladolid, [Seminci](#), se proyectan los cortos ganadores de la tercera edición de este concurso de cortometrajes en el que

colabora el Ayuntamiento de Valladolid, Seminci, la oficina técnica Valladolid Film Commission (VAFC) y la Plataforma del Audiovisual de Castilla y León. Además, durante la gala se entregarán los premios a los ganadores de la cuarta edición del concurso que, como el año anterior, serán de 9.000 € para cada proyecto elegido. Este año, con la novedad de incluir un premio a un proyecto de largometraje o programa de TV en desarrollo.

La oficina mantiene, así, su compromiso con los productores locales, tanto en apoyo económico como en promoción, y, en especial, en un tiempo de incertidumbre para el campo de la cultura debido a la crisis del coronavirus COVID-19; y su apuesta por convertir Valladolid en un gran plató de rodajes.

Y por último, no podemos dejar de mencionar la estrecha colaboración entre Valladolid Film Commission y **SEMINCI** o Semana Internacional de Cine de Valladolid. Esta muestra cinematográfica celebrada en nuestra ciudad ha ido evolucionando desde su creación en 1956 como Semana de Cine Religioso de Valladolid realizada durante la Semana Santa, hasta convertirse en uno de los principales festivales de cine internacional de España, destacando en el área del cine de autor e independiente.

Es la principal actividad cultural de Castilla y León y cada año repite su presencia en los rankings como una de las instituciones culturales más relevantes en España.

Fruto de esta colaboración nació el concurso de cortos Seminci Factory Valladolid Film Commission del que ya hemos hablado.

También, por tercer año, durante la edición de Seminci 2023 se ha celebrado la **Gala UNESCO Valladolid City of Film**, en el Teatro Zorrilla. Un evento que celebraba el segundo aniversario de la inclusión de Valladolid en la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO como consecuencia de una trayectoria eminentemente cinéfila, que le valió la consideración de Ciudad de Cine.

La Gala ha proyectado los dos primeros capítulos de Memento mori en su pre-estreno oficial, con la presencia del equipo de la serie al completo y sus actores principales.



Imagen del estreno de Memento Mori en Valladolid. SMTVA

Además, se ha colaborado y potenciado el sector educativo en materia de cine de la ciudad, con acciones en la Escuela de imagen y Sonido ACEIMAR, IES Vega de Prado, Cátedra de cine de la UVA, Máster en Cinematografía de la UVA, GIRAC, etc. Con talleres, presentaciones e incluso con la colaboración de alumnos en prácticas en la VAFC.

Otra de las acciones que lleva a cabo la VAFC es el acompañamiento a todas aquellas productoras y localizadoras que quieren visitar nuestra ciudad para conocer y valorar opciones para sus futuros proyectos. En este año hemos recibido varias visitas de las que destacamos las de YashRaj Films-Palma Pictures (India-España) y la de Circle Pictures (Reino Unido).

Por último, y para cerrar el círculo virtuoso que mencionábamos anteriormente, contamos las acciones relacionadas con el **Turismo cinematográfico en Valladolid**.

El turismo cinematográfico, o turismo inducido a través del cine y la televisión, internacionalmente denominado Screen Tourism, es un fenómeno que crece en todo el mundo, y constituye un elemento esencial de la promoción de numerosos destinos. Los espectadores se desplazan a las localizaciones que han visto en las producciones audiovisuales, fomentando un turismo de calidad.

En Valladolid hemos tenido varias experiencias, desde 2018 cuando se puso en marcha por primera vez la ruta Memento Mori basada en la novela de César Pérez Gellida y que este año 2023, con motivo del estreno de la serie *Memento Mori* por Amazon Prime, se presenta de nuevo en el programa de visitas guiadas de Valladolid.

En la ruta recorreremos la ciudad de la mano de los principales personajes, pasamos por el Museo Patio Herreriano, la calle Santo Domingo de Guzmán, Plaza del Viejo Coso, Plaza de San Pablo, y la Iglesia de la Antigua para terminar en el Zero Café con una de las grandes escenas que pone punto y final a la ruta.

Esta ruta goza de un gran éxito entre los ciudadanos y turistas que nos visitan y que gracias a la serie se ha consolidado como una de las visitas más populares.

Otras rutas y experiencias relacionadas con el turismo de pantalla en Valladolid han sido la ruta “Valladolid de cine” en 2019, “Voy a pasármelo bien en Valladolid” en 2022, o la aplicación web Cinemapp, desarrollada por el Grupo de Investigación Reconocida de Arquitectura de Cine de la Uva (Girac).



Ruta Memento Mori en Valladolid. SMTVA

7. DEPARTAMENTOS CORPORATIVOS

La labor de los departamentos corporativos, que se dedican a garantizar los recursos materiales y económicos necesarios para los departamentos de producto, facilitar que la actividad general de la SMTVA sea conforme a los exigentes requisitos de plazos y procedimientos que impone el ordenamiento jurídico, o a la difusión de la actividad y la promoción del destino por medios de comunicación y marketing tradicionales o digitales, es esencial para el buen funcionamiento de la entidad, y está en la base del éxito de estos 15 años de historia de “la Mixta”.

Cabe destacar la labor del Departamento de Administración y Contabilidad, al frente del cual se encuentra Mario Neira, cuya “Memoria” se incorpora como documento independiente a este, en forma de Memoria y Cuentas Anuales, y quien está detrás de todas y cada una de las acciones, desde la fase previa de aseguramiento de los recursos materiales desde la presupuestación y formalización de contratos programa y de patrocinio o Convenios, a las previsiones de tesorería y su seguimiento, hasta el momento final de cada acción, cuando el equipo de gestión ya está en otras tareas, asegurando el pago en plazo y forma de todas y cada una de las obligaciones de la SMTVA con sus proveedores, sin olvidar la tan importante garantía de pago de retribuciones y obligaciones fiscales. Ese departamento, como tantos en la SMTVA “unipersonal” es también el encargado de la constante atención a las solicitudes de información y documentación que los numerosos y activos órganos de control (nacional, regional y municipal) realizan constantemente en el marco de las obligaciones de rendición de cuentas que la pertenencia de la SMTVA al sector público institucional impone.

7.1 Departamento de Comunicación y Marketing

ACCIONES DE COMUNICACIÓN

En el año 2023, el departamento de comunicación y marketing de la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid ha sido responsabilidad mayoritariamente de Clara Saavedra, quien finalizó sus servicios en octubre por cumplimiento del plazo máximo de duración de su contrato temporal. A partir de noviembre la responsable ha sido Laura Rubio.

Este departamento es el responsable de la ejecución de campañas publicitarias para la promoción de Valladolid como un destino turístico a nivel local, regional y nacional. A esto se suman las labores de gabinete de comunicación, con la organización de ruedas de prensa, redacción de notas de prensa, organización de agendas y cobertura de convocatorias y diferentes acciones en materia de Turismo y actividades conexas en las que participan el Presidente (Alcalde de Valladolid), la Vicepresidenta (Concejala delegada) o el gerente de la Sociedad Mixta de Turismo.

CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN

PINGÜINOS 2023: Campaña en medios regionales para dar a conocer todas las actividades y potenciar la cobertura del evento.

SEMANA SANTA: Campaña en medios regionales para promocionar el programa de visitas guiadas elaborado por la Sociedad Mixta durante la Semana de Pasión junto a una campaña a nivel nacional en Cadena Cope. Además se llevó a cabo una campaña internacional en Roma y Cracovia.

PLAZA MAYOR DEL VINO: Se realizó una campaña nacional a través de Intereconomía y la web de Cadena Cope y una campaña publicitaria a nivel regional en prensa escrita, digitales, radios y redes sociales.

TAC: Con motivo de la celebración del Festival Internacional de Teatro y Artes de Calle se realizó un reportaje en El País y un vídeo promocional.

FERIA Y FIESTAS DE LA VIRGEN DE SAN LORENZO: Campaña a nivel regional de las actividades de las fiestas de la Virgen de San Lorenzo, así como una campaña a nivel nacional en la web de cadena Cope.

VUELTA CICLISTA: Con motivo de la celebración de la Contrarreloj de la Vuelta Ciclista a España en Valladolid, se realizó un programa especial en Radio Marca.

SEMINCI: Durante la Semana Internacional de Cine de Valladolid se ha realizado una campaña publicitaria en la televisión regional para dar seguimiento al evento y también en la Cadena Ser.

CONCURSO NACIONAL Y CAMPEONATO MUNDIAL DE TAPAS: Con motivo de los dos concursos gastronómicos se ha desarrollado una campaña en diferentes medios escritos, radios, agencias y digitales regionales. También se ha realizado una campaña televisiva a nivel local para dar a conocer estas iniciativas a los vallisoletanos.

NAVIDAD: Este año la campaña navideña ha empezado ya en el mes de noviembre con el encendido de las luces y con una programación turística especial, junto a visitas guiadas enfocadas en esta época del año. Todas las actividades han ido acompañadas de una campaña publicitaria en medios regionales, prensa escrita, online. Radios y televisión, además de Redes Sociales.

EVENTOS

Durante este 2023, el departamento de Comunicación ha llevado a cabo la preparación y seguimiento de diferentes eventos tanto dentro como fuera de Valladolid.



Pingüinos 2023 – Ayto Valladolid



FITUR 2023 – Ayto. Valladolid



Madrid Fusión - Ayto. Valladolid



Semana Santa – Ayto. Valladolid



San Pedro Regalado – Ayto. Valladolid



Feria del Libro 2023. Ayto. Valladolid



FINE 2023 – Ayto. Valladolid



TAC 2023 – Ayto. Valladolid



Concurso Provincial de Pinchos – Ayto. Valladolid



Ferías y Fiestas Virgen de San Lorenzo – Ayto. Valladolid



SEMINCI – Ayto. Valladolid



INTUR – Ayto. Valladolid



*Concurso Nacional y Campeonato Mundial
– Ayto Valladolid*



Navidad – Ayto. de Valladolid

OTRAS ACCIONES

- **Presentación nuevas rutas turísticas para abril, mayo y junio.** El departamento de Comunicación colaboró con el diseño del folleto de información de las nuevas rutas “Lo que Valladolid esconde” y “Los fantasmas de Fabio Nelli”.
- Contratación de **Community Manager.** Proceso de contratación del Community Manager que se encarga de las redes sociales directamente gestionadas por la Sociedad Mixta de Turismo.
- Realización de **videos promocionales:** La Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo ha encargado la grabación y edición de videos para promocionar la ciudad en eventos o para diferentes campañas.
- Contratación y supervisión de las creatividades para las campañas publicitarias realizadas por la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid.
- Revisión de diseños de folletos y promoción de las visitas guiadas que se realizan a lo largo del año por parte de la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo.
- Diseños de las lonas y creatividades necesarias para los stands con los que se han participado en los diferentes eventos y ferias a lo largo del año.
- Labores de convocatorias de ruedas de prensa y la elaboración de su correspondiente nota de prensa así como la preparación de guiones para las presentaciones que ha tenido lugar durante el año.
- Coordinación constante con los equipos de comunicación, tanto el equipo de la web info.valladolid.es como con los responsables de las Redes Sociales para coordinar las acciones comunicativas y publicitarias.

PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES

www.info.valladolid.es

A la hora de hacer una comparativa con el año 2022, el nuevo sistema GA4 sólo nos ofrece comparativa desde 20 de julio. Sin embargo, a lo largo de 2022 hay muchas incidencias abiertas porque la configuración de Analytics estuvo dando problemas desde enero. Desde julio, cuando podríamos empezar a comparar, nos encontramos con los siguientes datos, pero dado que hubo problemas de recuento en 2022, ese incremento del 290% es ‘engañoso’



Si hacemos la comparativa desde mediados de noviembre, cuando ya se han cerrado todas las incidencias, encontramos otros datos, pero un periodo de un mes no es significativo para hacer ese balance.



Datos sociodemográficos de los visitantes de la web:

En cuanto al segmento de la edad, el grupo mayoritario es el de 45 a 54 años, seguido del de 55 a 64 y el de más de 65. Por otro lado, en cuanto a sexos el 60,2% de los usuarios fueron mujeres frente al 39,8% que fueron hombres.

Sobre las ubicaciones geográficas, 439.000 visitas se realizaron desde España, seguida de Italia, Francia y Estados Unidos. Entre los usuarios españoles, 154.000 corresponden a Valladolid, seguido de Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla.

El 73,3% de los usuarios acceden a través de dispositivo móvil, un 42,2% lo hace desde ordenador y un 2,5%, desde tablet.

Las páginas más visitadas han sido la HOME, seguida de la agenda, las visitas guiadas y el calendario de eventos.

Redes sociales

Las redes sociales relacionadas con la Sociedad Mixta de Turismo, suponen una herramienta de comunicación diaria muy importante. Se han alcanzado en las diferentes comunidades más 100.000 seguidores y se han logrado más de 33 millones de impresiones con las publicaciones.

La gran variación en las impresiones en algunas cuentas (“Saborea Valladolid” o “Valladolid Ciudad de Cine”) se debe bien a que este año se han reducido campañas publicitarias en estas cuentas, bien a variaciones de tráfico entre comunidades (detectándose en el ámbito turístico una progresiva derivación de tráfico de FB a Instagram, por ejemplo).

| COMUNIDAD | SEGUIDORES | COMUNIDAD | IMPRESIONES |
|-------------|----------------|-------------|-------------------|
| FACEBOOK | 35.435 | FACEBOOK | 11.226.287 |
| INSTAGRAM | 38.007 | INSTAGRAM | 17.255.715 |
| (TWITTER) X | 26.873 | (TWITTER) X | 4.579.691 |
| | 100.315 | | 33.061.693 |

desgranamos los resultados entre las diferentes cuentas, nos encontramos estos resultados:

INFO.VALLADOLID

| COMUNIDAD | SEGUIDORES | VARIACIÓN EN EL ÚLTIMO | |
|-----------|---------------|------------------------|--------|
| | | AÑO | % |
| FACEBOOK | 30.280 | 4.060 | 15,5% |
| INSTAGRAM | 32.430 | 12.430 | 62,19% |
| TWITTER | 20.340 | 2.087 | 11,43% |

| ALCANCE | IMPRESIONES | VARIACIÓN EN EL ÚLTIMO | |
|-----------|-------------------|------------------------|--------|
| | | AÑO | % |
| FACEBOOK | 10.742.817 | -3.650.000 | -25% |
| INSTAGRAM | 16.614.145 | 6.400.000 | 63,77% |
| TWITTER | 4.126.431 | 570.990 | 16% |

SABOREA VALLADOLID

| COMUNIDAD | SEGUIDORES | VARIACIÓN EN EL ÚLTIMO | |
|-----------|--------------|------------------------|--------|
| | | AÑO | % |
| FACEBOOK | 3.043 | 290 | 10,53% |
| INSTAGRAM | 2.366 | 687 | 40,92% |
| TWITTER | 4.991 | 99 | 1,98% |

| ALCANCE | IMPRESIONES | VARIACIÓN EN EL ÚLTIMO | |
|-----------|----------------|------------------------|---------|
| | | AÑO | % |
| FACEBOOK | 279.590 | | -85,07% |
| INSTAGRAM | 363.380 | | -67,05% |
| TWITTER | 239.450 | | -8,49% |

VALLADOLID CIUDAD DE CINE

| COMUNIDAD | SEGUIDORES | VARIACIÓN EN EL ÚLTIMO | |
|-----------|--------------|------------------------|--------|
| | | AÑO | % |
| FACEBOOK | 2.112 | 463 | 28,08% |
| INSTAGRAM | 3.211 | 540 | 23,52% |
| TWITTER | 1.542 | 161 | 11,66% |

| ALCANCE | IMPRESIONES | VARIACIÓN EN EL ÚLTIMO | |
|-----------|----------------|------------------------|---------|
| | | AÑO | % |
| FACEBOOK | 203.880 | -30.902 | -13,16% |
| INSTAGRAM | 278.190 | 52.970 | 309,12% |
| TWITTER | 213.810 | -128.803 | -40,17% |

7.2 Administración y Departamento Jurídico

Durante el año 2023 el Departamento Jurídico, al frente del cual se encuentra Julia Laherrán, ha tramitado 87 expedientes y 1 prórroga relativa al expediente 2022/26.

Los contratos mayores han sido tramitados electrónicamente a través de la Plataforma de contratación del sector público.

Los importes consignados en el apartado correspondiente a la memoria del departamento jurídico no incluyen el impuesto sobre el valor añadido.

A mayores de la propia labor de contratación, el Departamento Jurídico de la SMTVA ha colaborado con la Dirección del Área y con la Secretaría Ejecutiva del Área de Turismo en la tramitación de expedientes y en labores de asesoría jurídica.

Asimismo, el citado Departamento ha colaborado con el Consorcio Institución Ferial de Castilla y León en la contratación de las infraestructuras necesarias para albergar la XXXVIII edición de la Gala de los premios Goya de Valladolid.

Contratos mayores:

De la totalidad de expedientes tramitados, 21 han sido contratos mayores, asciendo el valor estimado de los mismos a 3.895.085,84 €. A mayores se ha tramitado una prórroga en pieza separada por importe de 1.099.995,25€

En relación al procedimiento de tramitación cabe señalar que 8 de ellos se han tramitado mediante procedimiento abierto con un valor estimado total de 743.685€, dos prórrogas en pieza separada por importe de 1.099.995,25€ y 13 mediante procedimiento negociado sin publicidad con un valor estimado total de 3.151.400,80€.

Respecto al tipo de contratos, 8 contratos son de servicios, 1 de suministros y los restantes son contratos privados.

Los contratos tramitados mediante **procedimiento abierto** han sido los siguientes:

| DENOMINACIÓN/OBJETO DEL CONTRATO | TIPO DE CONTRATO | VALOR ESTIMADO | ADJUDICATARIO | FECHA CONTRATO |
|---|------------------|----------------|---------------|----------------|
| STANDS FINE, INTUR, FERIA 2023 (LOTES 1, 2 Y 3) | Suministros | 81.500,00 | TELECYL, S.A. | 27/02/2023 |
| | | | | 29/02/2023 |
| | | | | 29/02/2023 |

| | | | | |
|--|-----------------------|--------------|--|--------------------------|
| SERVICIOS DE VISITAS GUIADAS TEATRALIZADAS | Servicios | 79.830,00 | BELGRAVIA PRODUCCIONES, S.L. | 23/05/2023 |
| LUCES NAVIADAD | Servicios | 1.099.995,25 | ILUMINACIONES XIMÉNEZ, S.A. | 23/05/2023 |
| SERVICIO DE VISITAS TURÍSTICAS GUIADAS VALLADOLID | Servicios | 80.000,00 | CASTILLA ASESORÍA DE TURISMO S.L. | 09/06/2023 |
| CONCURSO DE PINCHOS Y TAPAS (prórroga LOTE 1 y 2) | Servicios | 90.850,00 | GASTRONOMICOM NEWS S.L. Y ÁNGEL MORETÓN S.L.U. | 24/07/2023 25/07/2023 |
| ASISTENCIA FILM COMMISSION | Servicios | 20.000,00 | BEGOÑA RODRIGUEZ DIAZ | 16/08/2023 |
| SERVICIO DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL PÚBLICO EN LAS VISITAS A LA TORRE DE LA CATEDRAL DE VALLADOLID Y EN EL PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE SAN BENITO | Servicio | 101.906,04 | BROCOLI, S.L. | 24/08/2023 |
| LIMPIEZA | Servicios | 94.900,00 | LOWEN SERVICIOS INTEGRALES, S.L. | PENDIENTE |
| EVENTO POSTERIOR GOYA ADECUACIÓN ESPACIOS | Servicios | 194.699,00 | UTE TELECYL, S.A.- EVENTO S.L. | 17/01/2024 |
| TOTAL | 1.843.680,29 € | | | |

Dos de las licitaciones de contratos mayores resultaron desiertas y no figuran en el cuadro detalle.

Los contratos tramitados mediante **procedimiento negociado sin publicidad** han sido los siguientes:

| DENOMINACIÓN/OBJETO DEL CONTRATO | TIPO DE CONTRATO | VALOR ESTIMADO | PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN | FECHA DE CONTRATO |
|---|------------------|----------------|---|-------------------|
| PATROCINIO FINE | Privado | 30.000,00 | CONSORCIO FERIA DE CASTILLA Y LEÓN | 24/02/2022 |
| PLAN DE COMUNICACIÓN DE PADEL | Privado | 65.000,00 | TELECYL, S.A. | 22/02/2023 |
| VALLADOLID PLAZA MAYOR DEL VINO | Privado | 80.000,00 | FORO DE DEBATE, S.L. | 12/04/2023 |
| CONEXIÓN VALLADOLID | Privado | 16.528,92 | PASIÓN EVENTOS, S.L. | 25/04/2023 |
| CARTAS AL EMPERADOR | Privado | 21.500,00 | ARTURO DUEÑAS. | 26/04/2023 |
| GOYAS | Privado | 2.500.000,00 | ACADEMIA DE LAS ARTES Y LAS CIENCIAS CINEMATOGRAFICAS DE ESPAÑA | 22/05/2023 |
| VUELTA A ESPAÑA | Privado | 132.231,40 | UNIPUBLIC SAU | 30/08/2023 |
| PATROCINIO PUBLICITARIO "SHOOTING LOCATIONS MARKETPLACE 2023" | Privado | 25.000,00 | CONSORCIO FERIA CASTILLA Y LEÓN | 04/10/2023 |
| RTVCYLSEMINCI | Privado | 41.322,31 | RTVCYL | 20/10/2023 |
| FIBAR | Privado | 10.000,00 | ROOSTER'S WORKSHOP, S.L. | 20/10/2023 |
| RAFA LATORRE | Privado | 16.528,92 | UNIPREX | 27/10/2023 |
| PINGÜINOS | Privado | 165.289,25 | CLUB TURISMOTO | 26/12/2023 |
| PATROCINIO MADRID FUSIÓN 2024 | Privado | 48.000,00 | FORO DE DEBATE, S.L. | PENDIENTE |
| TOTAL | | | 3.151.400,80 € | |

A mayores la SMTVA ha tramitado la prórroga del **Contrato Basado en Acuerdo Marco** FEMP de 3 de marzo de 2020 relativo a la prestación del servicio de Mediación de Riesgos y Seguros por la Central de Contratación de la FEMP.

Convenios y contratos menores:

Aparte de los contratos de mayor cuantía se han llevado a cabo otras acciones promocionales de la ciudad de Valladolid mediante **convenios** de colaboración con otras instituciones tanto públicas como privadas, entre las que se encuentran las siguientes:

| DENOMINACIÓN/OBJETO DEL CONVENIO |
|---------------------------------------|
| CONVENIO HOSTELERIA ESPAÑA |
| ACUERDO COLABORACIÓN RENFE VIAJEROS |
| ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL |
| FUNDACIÓN MUNICIPAL DEPORTES |
| DIPUTACIÓN FERIA FINE INTUR |
| DIPUTACIÓN CONCURSO PALACIO REAL |
| CONVENIO PINCHOS BARRIOS |
| CONVENIO QUERETARO |
| AMIGOS DEL PISUERGA |
| CONVENIO ACADEMIA GRAN VIAJE PANTALLA |
| CONVENIO ACADEMIA PROGRAMA RUEDA |

Por su parte los **contratos menores** llevados a cabo por la SMTVA en 2023 representan 39 expedientes y ascienden a un importe de 394.038,90 €.

Finalmente hay que reseñar que el Departamento jurídico ha participado en la elaboración, colaboración y revisión de otros asuntos de carácter jurídico de la SMTVA, como son los siguientes:

- Colaboración directa con la entidad auditora para llevar a cabo la auditoría de cumplimiento.

- Preparar la documentación del Consejo de Administración de la SMTVA, en lo referente a la dación de cuentas de actos dictados por delegación por la Vicepresidenta.
- Desarrollo de las pruebas de la estabilización de puestos a llevar a cabo en la SMTVA en base a lo establecido en la Ley 20/2021, de 28 de diciembre, de medidas urgentes para la reducción de la temporalidad en el empleo público.
- Asistencia jurídica al Consorcio Institución Ferial de Castilla y León en la contratación de las infraestructuras necesarias para albergar la XXXVIII edición de la Gala de los premios Goya de Valladolid.

8. REDES TURÍSTICAS DESTACADAS

8.1 Red de Ciudades AVE

Valladolid pertenece a la Red desde octubre de 2010 y desde enero de 2011 Valladolid ostenta la Vicepresidencia de la Red de Ciudades AVE, cuya gestión recae en la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid. Que a partir del año 2020 Valladolid es Vicepresidente 1º, Valencia 2º, Madrid 3º, Zaragoza 4º y Granada 5º.



La Red de Ciudades AVE nació para promocionar los destinos que la integran. Su objetivo consiste en actuar conjuntamente bajo una estrategia común que enriquezca a todas las ciudades que la conforman, así como a los operadores turísticos. Así mismo, se han establecido políticas de intercambio de experiencias y resultados para evolucionar de manera conjunta, incluso para desarrollar, gestionar y difundir actividades culturales en proyectos y propuestas comunes de la red. <https://avexperience.es/>

Desde la Red de Ciudades AVE ofrecemos un servicio único, poniendo a disposición de nuestros clientes más de 600 productos y experiencias pensados para todos los públicos, gustos y bolsillos. España cuenta con una excelente red ferroviaria, que hacen que el tren sea sin lugar a duda el mejor medio de transporte para moverse por todo el país. Las 30 ciudades que forman parte de la Red y las experiencias que se ofrecen en destino son el principal atractivo turístico para usar el tren. Ciudades AVE no sólo ofrece trayectos en tren, sino todo lo que el tren te permite hacer, viajar de forma rápida y cómoda, conocer 30 destinos conectados y vivirlos.

Forman parte de Ciudades AVE, las Comunidades de Castilla y León, Castilla La – Mancha, Cataluña y Andalucía, junto con los 27 destinos asociados: Albacete, Alicante, Antequera, Barcelona, Calatayud, Ciudad Real, Córdoba, Cuenca, Granada, León, Lleida, Loja, Málaga, Ourense, Palencia, Puertollano, Segovia, Sevilla, Tarragona, Toledo, Valencia, Valladolid, Villanueva de Córdoba, Villena, Zamora, Zaragoza. Además, otras 3 ciudades adheridas como Murcia, Elche y Talavera de la Reina.

Acerca toda la oferta de la Red de Ciudades Ave no sólo al cliente final, sino también a operadores turísticos, los cuales cuentan con su propia área de acceso directamente desde el home, para que puedan comprar sus viajes y experiencias de una manera sencilla y accesible, permitiendo ahorrar tiempo y dinero y siempre evitando contratiempos. Con sólo unos clics, se pueden consultar horarios de salida y encontrar los billetes más baratos disponibles para la ruta seleccionada, así como

alojamientos y experiencias en cada uno de los destinos AVE, con una comparativa de precios que ofrece nuestro buscador

Las actuaciones programadas y realizadas por la Red de Ciudades AVE para el año 2023 han sido:

1.- ASAMBLEAS, REUNIONES TÉCNICAS Y COMISIONES EJECUTIVAS 2023

1.1 Asamblea General RCA

Madrid FITUR Enero 2023

1.2. Reuniones técnicas

15 y 16 marzo Córdoba

30 noviembre Toledo

2.- FERIAS, JORNADAS Y ACCIONES COMERCIALES

| | |
|---------------------------------------|-----------------------------------|
| FITUR | 12-22 enero Madrid |
| PRESENTACIÓN OET ZURICH | 28 febrero en Zurich |
| ARATUR | 12-14 mayo Zaragoza |
| MOSTRA DE TURISMO DE VALENCIA | 13-14 octubre Valencia |
| WORLD TRAVEL MARKET EN LONDRES | 6-8 noviembre Londres |
| INTUR NEGOCIOS EN VALLADOLID | 16 noviembre Valladolid |
| IBTM EN BARCELONA | 29 noviembre - 1 diciembre |

3.- WORK SHOPS Y PRESENTACIONES

CEAV PRO TOUR COMUNITAT VALENCIANA

EUROPEAN TRAVEL MARKETPLACE NORTH AMERICA | ETOA

SPAIN TOURISM SUMMIT USA JORNADAS INVERSAS NORTEAMÉRICA

ACAVE TRAVEL MARKET MÁLAGA

CEAV PRO TOUR A CORUÑA

DESTINATIONS EXCHANGE EUROPE | ETOA

III TRAVEL MEETING RED DE CIUDADES AVE

CULTOURFAIR SEVILLA
SALÓN PURE SPAIN PARÍS
III CONVENCION TURESPAÑA
THE GLOBAL EUROPEAN MARKETPLACE | ETOA
COLABORACIONES CON TURESPAÑA

4.- FAM TRIPS Y PRESS TRIPS

PRESS TRIP CON NICOLE BIARNÉS
ROADSHOW SPAIN RELOADED | OET SUIZA

5.- REDES SOCIALES

FACEBOOK Contamos en Facebook con 3,2 K, Del mismo modo, la página ha obtenido más de 2,35 millones de impresiones en este mismo periodo.

INSTAGRAM La comunidad sigue creciendo en Instagram, sumando ya 2.311 seguidores, Se han conseguido 40k impresiones y 7k interacciones de las publicaciones.

TWITTER También en Twitter el número de seguidores sigue creciendo y ya contamos con 5.2 seguidores. Contamos con 53,6K impresiones totales.

6. COMUNICACIÓN Y MARKETING

NUEVA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

CAMPAÑA MUPIS EN CIUDADES



8.2 Red Saborea España

SABOREA ESPAÑA MEMORIA 2023

- 1. ¿Qué es Saborea España?**

- 2. Potenciación de la relación con la Secretaría de Estado de Turismo.**

- 3. Principales labores de promoción y potenciación de producto del ejercicio 2023**
 - a. SE en Madrid Fusión 2023.
 - b. Promoción Internacional.
 - c. Día Mundial de la Tapa.
 - d. Workshop gastronómico, CEAV.
 - e. Jornada Planes EnoGastronómicos.
 - f. Festival enogastronómico Lanzarote

1. ¿Qué es Saborea España?

El Ayuntamiento de Valladolid ostenta la Presidencia de la Asociación Española de Destinos para la Promoción del Turismo Gastronómico (en la persona de Blanca Jiménez Cuadrillero desde septiembre de 2023; en el primer semestre del año en la de Ana Redondo García) y la Vicepresidencia de Saborea España de quien es miembro junto a otras cuatro entidades de ámbito nacional e internacional: HOSTELERÍA DE ESPAÑA, EUROTOQUES (Organización Europea de Cocineros compuesta por chefs de gran prestigio), FACYRE (Asociación de Cocineros y Reposteros de España) y PARADORES NACIONALES. El Presidente de Honor de Saborea España es Pedro Subijana, siendo la chef alicantina Susi Díaz quien preside desde enero de 2022 y por cuatro años, la Asociación de forma efectiva.

La Asociación Saborea España es una iniciativa conjunta de Hostelería de España (HE), en colaboración con sus 53 asociaciones de empresarios de hostelería en toda España, y la Asociación Española de Destinos para el Desarrollo del Turismo Gastronómico (AEDDTG), con el objetivo de diseñar diferentes productos turísticos que tengan como eje central la gastronomía española, en cualquiera de sus manifestaciones, con la intención de aprovechar la importancia que ésta ha adquirido dentro de las prioridades de los turistas que visitan el destino España e incrementar la promoción nacional e internacional de los diferentes destinos turísticos españoles con atractivo gastronómico. A la iniciativa y con el objetivo común de preservar y promocionar la gastronomía española como un elemento turístico de primer orden, diferenciador y cualificador de la oferta turística española, teniendo en cuenta la diversidad y riqueza de nuestro acervo gastronómico se incorporaron a Saborea España ya en su inicio las Asociaciones de Cocineros, EUROTOQUES (organización europea de cocineros) y FACYRE (federación de cocineros y reposteros de España).

El proyecto Saborea España, además de reforzar la promoción y consolidación de las diferentes manifestaciones gastronómicas españolas, tiene como prioridad el diseño de nuevos eventos gastronómicos que permitan la confección de un catálogo de productos turísticos que tengan como base la experiencia gastronómica lo que determine la elección del destino España para aquellos turistas cuyo principal motivo de viaje es la gastronomía.

A través de proyectos enmarcados dentro de las acciones de Saborea España, se pone en valor además el consumo de productos de proximidad y la potenciación de la industria agroalimentaria local uniendo, en el concepto de la tapa, el acervo gastronómico-cultural con el desarrollo de la producción local. Esta potenciación de la producción agroalimentaria local junto con empuje a la modernización del sector gastronómico, turístico y hostelero que Saborea España desarrolla a través de otras

líneas de actuación, entre las que destacan la mejora de la competitividad del producto y la creación de herramientas de difusión.

La Asociación Española de Destinos para la promoción del turismo gastronómico, que conforma la parte institucional de Saborea España, está formada por 26 socios de los Ayuntamientos y Cabildos insulares de: A Coruña, Badajoz, Burgos, Cambrils, Ciudad Real, Cullera, Denia, Fuerteventura, Gran Canaria, La Palma, Lanzarote, León, Logroño, Madrid, Mallorca, Oviedo, Pamplona, Segovia, Sevilla, Talavera de la Reina, Tenerife, Tudela, Valencia, Valladolid, Vinaroz y Zaragoza.

2. Potenciación de la relación con la Secretaría de Estado de Turismo y otros actores del sector turístico gastronómico.

Saborea España es un club de producto gastronómico y el objeto de la Asociación Española de Destinos en particular es “definir, conceptualizar y desarrollar” ese producto gastronómico, la *Spanish Gastronomic Experience*”.

Siendo conscientes de esta situación, desde hace ya algunos años, se ha buscado potenciar la relaciones con los principales actores del sector turístico español y de la gastronomía. Concretamente se está trabajando en consolidar la relación con la Secretaría de Estado de Turismo, con Turespaña, con CEAV (Confederación Española de Agencias de Viaje) y con Madrid Fusión a través del grupo Vocento.

3. Principales labores de promoción y potenciación de producto del ejercicio 2023

- a. Asamblea de Saborea España en Fitur 2023
- b. SE en Madrid Fusión 2023.
- c. Promoción Internacional.
- d. Día Mundial de la Tapa.
- e. Workshop gastronómico, CEAV.
- f. Jornada Planes EnoGastronómicos.
- g. Festival enogastronómico Lanzarote

a. ASAMBLEA DE SABOREA ESPAÑA EN FITUR 2023



Presentación del acuerdo de colaboración entre Saborea España y CEAV en FITUR.

Las dos plataformas sumarán fuerzas durante el 2022 para desarrollar un proyecto estratégico que permita crear expertos gastronómicos en el mundo de las agencias de viaje.

En el marco de Fitur las plataformas de Saborea España y CEAV presentaron su acuerdo de colaboración. El acto lo presidió el presidente de CEAV, Carlos Garrido y la Presidenta de la Asociación de Destinos de Saborea España, Ana Redondo.

Saborea España, presente en la Feria Internacional del Turismo FITUR 2023, celebró la Asamblea General Ordinaria, en este se presentó un ambicioso plan de acción para el 2023 y se repasó el gran trabajo realizado en 2022.

En el encuentro participaron, Susi Díaz Presidenta de la Saborea España, José Luis Yzuel, Presidente de la Hostelería de España; así como Juan Manuel Guimaráns, en representación de la Vicepresidencia de la Asociación Española de destinos para la promoción del turismo gastronómico, Amelia Rico, tesorera de Saborea España y Emilio Gallego como secretario. Como invitado especial Rubén López Pulido, director de la oficina de turismo de España en Dublín, este último compartió una valoración y satisfacción por parte de la secretaría de Estado en relación a las actividades promocionales que realiza Saborea España en el extranjero.

Se presentó el Plan de trabajo de Saborea España 2023 diseñado con el objetivo de seguir avanzando en la consolidación de la gastronomía como uno de los principales reclamos turísticos de España. Con una especial atención en potenciar el sector primario. También se presentó una nueva edición del ya reconocido Día Mundial de la Tapa y la ampliación de las Rutas Gastronómicas.

Durante la Asamblea se pudieron repasar las principales acciones promocionales del 2022, donde las colaboraciones internacionales de Saborea España han tenido un papel relevante; presencia en la expo de Dubai, en el Bundestag y la exitosa acción del Taste of Dublín de la mano de Turespaña. Mención especial ha merecido la promoción realizada en Dublín el pasado año, en la que tanto Turespaña como Saborea España dedicaron un gran esfuerzo y un importante presupuesto. La valoración fue muy satisfactoria y se plantea repetir este año la acción ampliando el número de destinos implicados.

b. MADRID FUSIÓN



Un año más, SABOREA ESPAÑA ha estado en Madrid Fusión, el evento gastronómico más importante del año. Y en esta ocasión lo hace acompañado de 17 destinos gastronómicos

- Sevilla
- A Coruña
- Lanzarote
- Cullera
- La Palma
- Logroño
- Fuerteventura
- Tenerife
- Denia
- Zaragoza
- Valencia

- Cambrils
- Ciudad Real
- Valladolid
- Segovia
- Pamplona
- León

140 actividades durante los tres días:

- Presentaciones.
- Showcookings.
- Talleres de experiencias.
- Talleres de tapas.
- Catas.
- Mesas de debate.

en tres escenarios:

- Escenario polivalente. Micrófonos y altavoces, pantalla y mesa de trabajo.
- Aula gastronómica. Sistema de audio con auriculares, pantalla y pequeño almacén.
- Aula del vino. Sistema de audio con auriculares, pantalla, servicio de copas y pequeño almacén.

Más de 550 personas de Saborea España implicadas, participando en la zona Saborea España entre responsables institucionales, técnicos de turismo, cocineros, productores y responsables de comunicación.

Stand de 525 m² + 100 m² del backstage. Equipado con neveras, planchas y hornos y almacén.

3 talleres experienciales para profesionales (28 agencias y 6 periodistas).

Casi un centenar de entrevistas.



Un equipo formado por 13 personas:

- Coordinador de stand.
- Moderadora/dinamizadora del espacio y speaker del escenario polivalente.
- 1 responsable del escenario polivalente.
- 1 responsable del aula del vino y responsable del aula gastronómica.
- 1 responsable del backstage.
- 1 apoyo y limpieza.
- 2 responsables de comunicación en stand.
- 1 agencia de RRPP.
- 3 técnicos audiovisuales.
- Director del proyecto.

c. PROMOCIÓN INTERNACIONAL

Durante el 2023, Saborea España ha desarrollado cuatro acciones promocionales a nivel internacional:

- Taste of **Dublín** (15-18 junio 2023).
- Viaje **influencers chinos** (junio 2023).
- Presentación en Institut Paul Bocuse, **Lyon**, del DMT (16 junio 2023)
- Acción en **Tel Aviv** (11 septiembre 2023).

Taste of Dublin



Participaron 5 destinos:

- Cambrils
- Gran Canaria
- Lanzarote
- Mallorca
- Zaragoza

Con el objetivo de:

- Llegar a los prescriptores: presentación DMT
- Realizar actividades a público final.
- Realizar campañas promocionales con medios de comunicación.

Realizando actividades varias áreas, destacando el stand de Saborea España.
Espacio con cuatro zonas:

- Barra talleres/presentaciones: Taller de tapas.
- Restaurante temático (con apoyo empresa local).
- Zona de tienda y zona de degustaciones.
- Almacén/Back office.

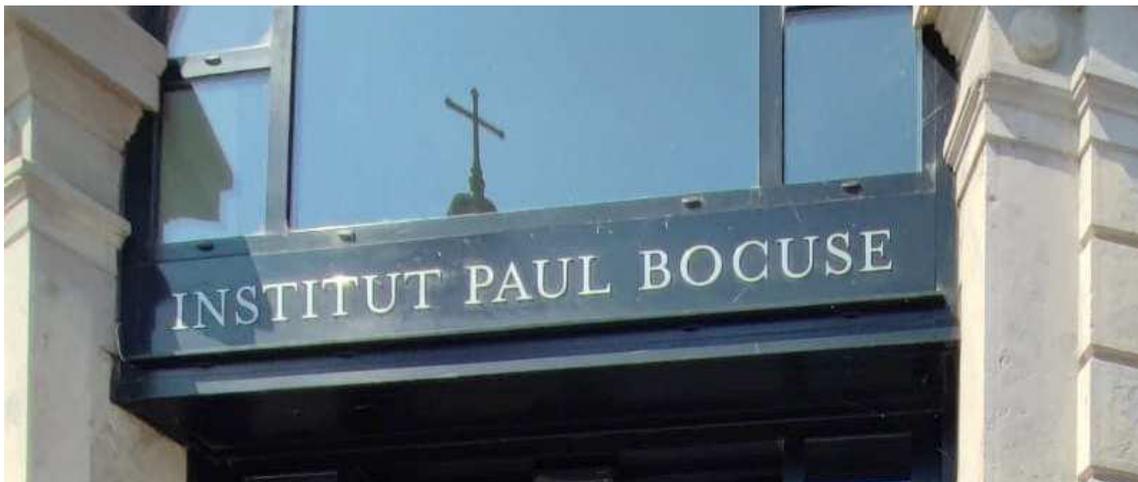


Viaje influencers chinos



Fam Trip de periodistas del mercado chino organizado con Turespaña y que recorrieron los destinos de Sevilla, Segovia y Valladolid.

Presentación en Institut Paul Bocuse, Lyon



Acción promocional de Saborea España en el Instituto Paul Bocuse en Lyon.

Acción enmarcada en la celebración del Día Mundial de la Tapa, y dirigida a prescriptores en la que participaron cuatro destinos:

- Sevilla
- Pamplona
- Denia
- Cambrils



Acción en Tel Aviv



Saborea Segovia y Saborea Valladolid representando la gastronomía española en la Ciudad de Tel Aviv en el marco del Shalom España 2023 organizado por Turespaña

En la ciudad de Tel Aviv, la Oficina de Turismo en Roma- Turespaña, como responsable del mercado Israel, organizó las Jornadas Directas de apoyo a la Comercialización de Turismo “Shalom Spain-23”. Un conjunto de acciones orientadas a presentar al sector turístico israelí los atractivos turísticos españoles de cara a favorecer la comercialización del producto turístico español.

El acto se realizó en las instalaciones de la prestigiosa Escuela de Hostelería DANON y concentró a un conjunto de medios de comunicación especializados y prescriptores del sector turístico israelí.

d. DÍA MUNDIAL DE LA TAPA



El desarrollo del día Mundial de la Tapa en el 2023, se centró en:

- Presentación Oficial en Valladolid.
- Rutas de Tapa de mano de las asociaciones hosteleras.
- Campaña de Turespaña on-line a nivel internacional.
- Especial en Spain.info.
- Campaña en redes sociales.

Saborea España organizó en Valladolid el acto central del Día Mundial de la Tapa en España. Acto en el que participaron asociaciones hosteleras de todo el país. Cientos de restaurantes se unieron a la celebración, rindiendo homenaje a la tapa durante todo el mes de junio.

Durante el evento, se realizó un showcooking de tapas ganadoras del Concurso Provincial de Tapas y Pinchos de Valladolid.



e. WORKSHOP GASTRONÓMICO, CEAV.



Saborea España, en colaboración con CEAV, presentó un viaje por la gastronomía española a las agencias de viajes en Madrid.

Un workshop experiencial para que los profesionales del sector de los viajes turísticos disfruten y conozcan las propuestas de 9 destinos de Saborea España: Burgos · Cambrils · Ciudad Real · Cullera · Gran Canaria · Segovia · Sevilla · Tenerife · Valladolid.

Se contó con la presencia de Iryo, que ha mostrando su apuesta gastronómica como seña de identidad en su propuesta de servicio.



Asistieron más de 50 agencias de viaje especializadas en el turismo gastronómico. Profesionales convocados por CEAV, en el marco de la colaboración que Saborea España y CEAV llevan trabajando en los últimos tres años.

f. JORNADA PLANES ENOGASTRONÓMICOS.



DIRIGIDO A PROFESIONALES

saboreaespaña
TASTING SPAIN

JORNADAS DE
destinos turísticos
enogastronómicos

VALLADOLID

15-16 NOV 2023

JORNADAS DE
destinos turísticos
enogastronómicos

FONDOS UE NEXT GENERATION

15 y 16 de noviembre

VALLADOLID · Feria de Valladolid. Avda. Ramón Pradera, 3.

Entidad organizadora

saboreaespaña
TASTING SPAIN

En el marco de

saboreaespaña
EXPERIENCIAS
GASTRONÓMICAS
CON EL SECTOR PIRINEO

Entidades colaboradoras

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

Ayuntamiento de Valladolid

CEAV

CINTUR negocios

EUROTOQUES

HOSTELERÍA DE ESPAÑA

En un evento emblemático, Valladolid fue testigo de la inauguración de la Jornada de **Turismo Enogastronómico**, donde líderes destacados del sector se congregaron para compartir experiencias, iniciativas y perspectivas sobre el futuro del turismo enogastronómico en **España**.

La jornada se inició con la bienvenida de Blanca Jimenez, Presidenta de la Asociación de Destinos Gastronómicos de Saborea España (Concejala de Turismo, Eventos y Marca Ciudad de Valladolid), **Susi Díaz** por videoconferencia y Ana Muñoz Llabrés, Subdirectora General de Desarrollo y Sostenibilidad Turística de SETUR.

Posteriormente Ana Muñoz detalló iniciativas en el marco del **Plan Nacional Enogastronómico 2022** y las vías de financiación a través de fondos europeos.

JuanMa Guimerans, Gerente de la Sociedad Mixta de Turismo de **Valladolid**, representando a Saborea España, compartió los principales proyectos y planes de futuro de la organización, consolidando su compromiso con el desarrollo del turismo gastronómico.

La jornada continuó con una mesa moderada por Lluís Pujol, Gerente de Saborea España, que presentó casos de éxito en enogastronomía. Destacados ponentes como Oswaldo Betancort, Ángel González Pieras, Ana Rivas, Ana Fernández y Lara Martínez compartieron sus experiencias y lecciones aprendidas en la promoción del turismo gastronómico en diferentes regiones.

Una segunda mesa con Juan Manuel Guimerans, Vicent Grimalt, Sergio Fábregat e Íñigo Méndez analizó proyectos innovadores y nuevas propuestas.

La tarde continuó con dos talleres prácticos moderados por Saborea España. El primero, centrado en la creación de experiencias gastronómicas, contó con la participación de destacados empresarios como Toño Morales, Olga Pérez, Augusto Lahore, Encarnación Giráldez y Augusto Lahore. Y el segundo taller exploró el turismo gastronómico sostenible, con la presencia de expertos como Yolanda Trabanco, José Francisco García, Alberto Galoso, Juan José Martínez y Juan Antonio Parrilla.



La segunda jornada permitió disfrutar de una experiencia gastronómica visitando una quesería y una bodega de la DO Cigales, dejando claro el compromiso y la vitalidad del sector enogastronómico español, así como la colaboración continua entre entidades gubernamentales y privadas para impulsar este sector tan importante para el turismo nacional.

g. FESTIVAL ENOGASTRONÓMICO LANZAROTE



La décima edición del **Festival Enogastronómico Saborea Lanzarote**, celebrada en la Villa de Tegui, ha marcado un hito histórico al superar todas las expectativas de asistencia con más de 50,000 personas y la venta de 420,000 tickets para consumiciones. Tras tres años de ausencia, el evento regresó con fuerza gracias a la decidida apuesta del Cabildo de Lanzarote.



Este año, **Saborea Lanzarote** se destacó aún más por la participación activa de destinos de Saborea España, incluyendo a Tenerife, La Palma, Gran Canaria, Fuerteventura, A Coruña, Ciudad Real, Pamplona y Cullera. La colaboración entre estos destinos resalta la sinergia entre entidades públicas y privadas, generando impacto económico, creando empleo y fortaleciendo la imagen de marca única que caracteriza a cada región.

Durante el festival, la Villa de Tegui se convirtió en un epicentro de la gastronomía, ofreciendo catas, talleres, ponencias, demostraciones culinarias y conciertos de música. La cobertura mediática fue extensa, con conexiones y programas en directo de medios locales, regionales y nacionales, además de una fuerte presencia en redes sociales.

8.3 Red de Ciudades de congresos SCB



Desde Enero de 2002 Valladolid C.B., pertenece al **Spain Convention Bureau** (SCB), red de ciudades de congreso de la Federación Española de Municipios y provincias. (FEMP).

Todos los destinos españoles que cuentan como Valladolid, con un Convention Bureau o un departamento especializado en el segmento de reuniones y eventos, pueden formar parte de esta Red. Su promoción es principalmente internacional. Y se firma un convenio anual con Turespaña, para marcar las líneas de promoción en otros países. Recientemente se están realizando acciones a nivel nacional ante la petición de destinos como Valladolid.



Los organizadores pueden confiar en Valladolid CB, como un socio imparcial, que les asesorará de forma gratuita, sobre las diferentes infraestructuras y recursos disponibles en el destino, así como sobre actividades singulares que aporten un valor añadido a los asistentes internacionales en proyectos y propuestas comunes de la red.

El Spain Convention Bureau (SCB) es una red de entidades locales que agrupa en la actualidad a 63 destinos de congresos. Se constituyó en 1984 en el seno de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), como una sección especializada, con la denominación de Sección Española de Ciudades de Congresos.

Estos 63 destinos repartidos por toda la geografía española, disponen de recursos humanos y técnicos suficientes para la organización de reuniones y eventos, dirigidos a un aforo mínimo de 500 personas.

La profesionalización del servicio a través de las Oficinas de Congresos (Convention Bureaux), la diversidad de la oferta que aglutina ciudades de todos los rincones del país, la experiencia en la organización de grandes eventos y los recursos culturales, naturales y gastronómicos inherentes a cada región, conforman las señas de identidad del Spain Convention Bureau.

También, en colaboración con el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) y las respectivas Oficinas de Turismo en el Exterior (OETs) organiza periódicamente actividades de promoción internacional.

OBJETIVOS DEL SCB

Ayuda en la organización y promoción de reuniones, congresos y eventos en todas las áreas de gestión, planificación y logística

El Spain Convention Bureau está al servicio de las oficinas de congresos locales para facilitar la toma de contacto, entre ellas y las empresas organizadoras de reuniones, congresos y eventos, tanto nacionales como internacionales.

Dos de los objetivos principales del SCB con la promoción nacional e internacional de las Entidades locales y ciudades de congresos que configuran la marca “Spain Convention Bureau” y la publicitación a escala nacional e internacional, de publicaciones y acciones conjuntas de sus miembros.

COOPERACIÓN Y COLABORACIÓN

El SCB trabaja de manera permanente, para que haya una cooperación estrecha entre sus asociados, mediante el intercambio de buenas prácticas e información sobre eventos pasados o futuros, de experiencias, ideas y estudios o de publicaciones relacionadas con el turismo de congresos, convenciones y viajes de incentivo.

El SCB colabora y coopera con el conjunto de las Administraciones Públicas, asociaciones e instituciones del sector, en la definición de objetivos estratégicos y de una política integral del turismo de reuniones.

PROMOCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL

El SCB asesora a empresas y asociaciones acerca de los lugares más idóneos para planificar y organizar reuniones, convenciones, presentaciones y viajes de incentivo.

El SCB organiza anualmente, en colaboración con Turespaña y las OETs, presentaciones y workshops en mercados internacionales de interés para los destinos asociados.

JORNADAS FORMATIVAS

La formación profesional de especialistas en materia turística, especialmente en el producto “turismo de reuniones” mediante la organización de cursos y seminarios.

INFORMES ESTADÍSTICOS

El SCB elabora anualmente, desde el año 2000, un informe estadístico sobre el turismo de reuniones en España.

PLAN DE ACTUACION DEL SCB DURANTE EL AÑO 2023

PLAN DE ACTIVIDADES 2023

| PROPUESTA PLAN DE ACTIVIDADES del SPAIN CONVENTION BUREAU 2023 | | | |
|--|--------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| ACTIVIDAD | FECHAS | MERCADO | CIUDAD |
| 1. Propuesta de asistencia a ferias internacionales | | | |
| IMEX | 23-25 mayo | Internacional | Frankfurt |
| IBTM World | 28-30 noviembre | Internacional | Barcelona |
| 2. Propuestas de acciones de promoción internacional | | | |
| Jornada Directa Mercado Norteamericano | 12- 16 junio | USA y Canadá | Minneapolis, Nueva York y Toronto |
| Jornada Directa Mercado Suizo | 5 septiembre | Corporativo | Zurich |
| Jornada Directa Mercado Asociativo Internacional | 7 septiembre | Asociativo | Bruselas |
| Jornada Inversa Mercado Alemán | 16 al 19 noviembre | Alemán | Gran Canaria |
| 3. Propuesta de acción de Promoción Nacional | | | |
| Jornada corporativa mercado nacional | 12-14 mayo | Organizadores de eventos | Pamplona |
| Jornada asociativa mercado nacional | 15-16 septiembre | Nacional | Gijón |
| 4. Propuesta de acciones formativas | | | |
| Encuentro Anual sobre turismo de reuniones | 16 y 17 de marzo | sector publico y privado | Palma |
| Jornada de Formación de Técnicos del SCB | Diciembre | convention bureau asociados | Pendiente |
| Otros cursos y jornadas de formación | pendiente | convention bureau asociados | Varios |
| 5. Otras actuaciones: | | | |
| Barómetro | | | |
| ASAMBLEA ANUAL | 17 de marzo | convention bureau asociados | Palma |

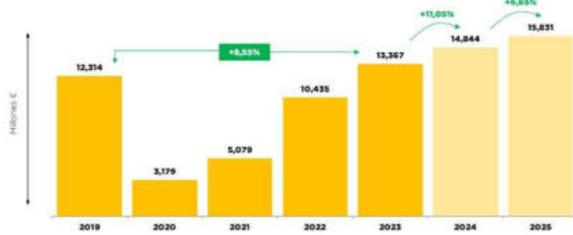
INFORMES Y ESTUDIOS TURISMO DE REUNIONES

Se inició la elaboración de un Informe de coyuntura del sector Turismo de Reuniones que se elabora mediante encuestas enviadas a los destinos asociados al Spain Convention Bureau, para recopilar información sobre la situación actual del sector y la perspectiva que tienen respecto al próximo año.

El avance sostiene que los 63 destinos que forman parte del Spain Convention Bureau desempeñan un papel fundamental en el dinámico entorno del sector MICE, desencadenando una serie de impactos positivos que van más allá de la organización de eventos puntuales.

PREVISIONES

Dimensionamiento y previsiones de la industria MICE en España: Volumen de negocio



En un contexto de crecimiento de la economía española y de vuelta a la normalidad de los eventos presenciales, la recuperación de la industria de reuniones en España se ha consolidado en 2023, superando las cifras de 2019 en un +8,55%, hasta alcanzar un volumen de negocio de 13.367 millones de €. Las previsiones apuntan a que la industria siga creciendo a buen ritmo en 2024 y 2025, aunque la incertidumbre sobre la evolución de las tensiones geopolíticas y su impacto en la economía española puede afectar a estas previsiones.

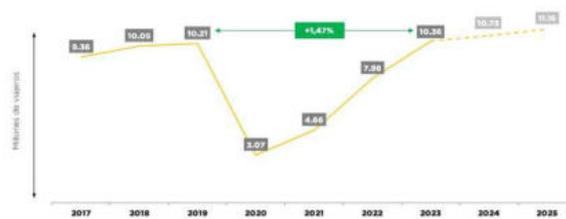
* Fuente: Estimaciones BRANTREXIST a partir de ETEL FRONTIER y EGATUR (IRE)

El informe muestra una consolidación del crecimiento del volumen de negocio pasando de los 12.314 millones de euros en 2019 (año anterior a la pandemia) a 13.367 millones en 2023. Una cifra que espera volver a batirse el próximo año atendiendo a las previsiones del mismo documento, que apunta a un crecimiento del 11,05% y del 6,65% para los años 2024 y 2025 respectivamente.

El volumen de viajeros de reuniones también presenta unos resultados muy positivos, alcanzándose los 10,36 millones en 2023. Una cantidad 1,47% por encima de los datos de 2019.

PREVISIONES

Dimensionamiento de la industria MICE en España: Cifra de viajeros



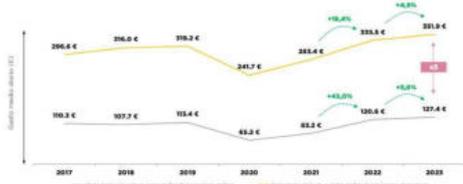
También se aprecia una recuperación de la industria en volumen de viajeros, alcanzando 10,36 millones de viajeros de reuniones en 2023 (+1,47% sobre 2019). A pesar de las tensiones geopolíticas, favorece a este crecimiento la recuperación del viajero internacional, pues, aunque de forma desigual entre los diferentes mercados, muchos de ellos ya se sitúan en niveles superiores a los registrados en 2019.

* Fuente: Estimaciones BRANTREXIST a partir de ETEL FRONTIER y EGATUR (IRE)

En cuanto al gasto medio de los viajeros de reuniones, en 2023, la cifra se sitúa en 351,90€ frente a los 127,40€ que supone el viajero de ocio, constatando el fuerte impacto económico de la industria MICE en los destinos españoles.

PREVISIONES

Gasto medio diario por asistente



El gasto medio del viajero de reuniones se sitúa, en 2023, en 351,9€, muy por encima de los niveles prepandemia (+10,3% sobre 2019) gracias a la resiliencia del precio de los últimos dos años. Si se compara el gasto medio diario de un viajero por motivos de reuniones frente al de ocio, el gasto en reuniones sigue siendo 3 veces superior.

* Fuente: Estimaciones BRANTREXIST a partir de IRE

Dicho informe que a lo largo de los últimos años se ha convertido en una importante herramienta informativa y analítica para profesionales del turismo, planificadores de eventos, autoridades locales y demás actores involucrados en la industria MICE, estará próximamente disponible.

8.4 Red de Cooperación de las rutas del Emperador Carlos V

El 25 de Abril de 2007, se crea en Medina de Pomar (Burgos), la Red de Cooperación de las Rutas del Emperador Carlos V, con el objetivo de la defensa y promoción de los recursos turísticos, históricos-culturales y económicos de las Rutas de Carlos V. Actualmente aglutina a más de 70 ciudades y sitios históricos, a lo largo y ancho de los itinerarios recorridos por Carlos de Habsburgo, entre 1517 y 1557.

La Red viene desarrollando -desde 2007- una amplia labor en la construcción de un vasto programa cultural y turístico en torno a la figura de Carlos V. Dentro de sus líneas de acción, la puesta en marcha de iniciativas conjuntas internacionales basadas en la figura y la época del emperador Carlos V, y la cooperación a largo plazo entre pueblos, ciudades y sitios carolinos para la consolidación de una oferta cultural y turística basada en fiestas de recreación histórica, o el desarrollo y promoción de marcas de calidad agro-alimentarios, hosteleros y de restauración, así como la puesta en marcha y comercialización de paquetes turísticos, ocupan un papel determinante.

Valladolid en 2023 ha asistido a varias reuniones y celebraciones de la red como la recreación del Desembarco de Carlos V en Laredo, así como las presentaciones en Fitur, la asamblea de las ciudades españolas de la red o la asamblea general en Lisboa.



Recreación del desembarco de Carlos V en Laredo y de la Asamblea de la red en Lisboa. SMTVA

8.5 Red Huellas Santa Teresa

Las **Huellas de Teresa de Jesús** es una ruta de peregrinación, turística, cultural y patrimonial que reúne las 17 ciudades donde santa Teresa de Jesús dejó su "huella" en forma de fundaciones.

Fue creada en 2014 con motivo de la conmemoración del *V Centenario del nacimiento de Santa Teresa* en 2015 en la ciudad de Ávila. Se trata de una propuesta cultural y patrimonial para dar a conocer la obra y legado de la santa a través de la difusión de las distintas fundaciones conventuales que realizó.

En 2023 Valladolid ha participado en diversas reuniones de planificación así como en la Asamblea general.



Asamblea de Huellas de Santa Teresa en el Ayto de Toledo. SMTVA

En octubre y con motivo del aniversario del nacimiento de Santa Teresa, la red presentó una serie de propuestas para celebrar dicha conmemoración en cada ciudad. En Valladolid se realizaron 4 rutas por los lugares teresianos en la ciudad terminando con una visita al Convento de la Concepción del Carmen.



Programa cultural con motivo del aniversario del nacimiento de Santa Teresa. Red Huellas de Santa Teresa

La red también cuenta con una aplicación móvil que se presentó en Valladolid en noviembre, y que ofrece a los usuarios la posibilidad de guiarles en las ciudades teresianas para conocer el legado teresiano que albergan.



Presentación de la aplicación móvil en el Convento de las Carmelitas de Valladolid y pantalla de Valladolid en la app. SMTVA

ANEXO I

RESUMEN DE DATOS ESTADÍSTICOS ANUALES 2023 (INE)

- Los datos facilitados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) muestran que la ciudad de Valladolid ha recibido 423.756 viajeros que han realizado un total de 729.675 pernoctaciones a lo largo del 2023. Esto supone **un incremento del 3,62% en cuanto a viajeros se refiere y del 5,52% en relación a las pernoctaciones, con respecto al 2022.**
-
- Los resultados obtenidos por la ciudad de Valladolid indican que termina el año 2023 con **indicadores positivos en términos de crecimiento turístico, ya que se ha incrementado el número de establecimientos abiertos estimado, el grado de ocupación por plazas, el grado de ocupación por plazas en fin de semana, el grado de ocupación por habitaciones y el personal empleado.**

1. OBSERVATORIO CULTURAL Y TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE VALLADOLID. DATOS ENERO-DICIEMBRE 2023

Tabla 1.1. Datos mensuales de movimiento de viajeros y pernoctaciones en la Ciudad de Valladolid

| 2023 | enero | febrero | marzo | abril | mayo | junio | julio | agosto | septiembre | octubre | noviembre | diciembre |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Viajeros Residentes en España | 21.751 | 23.277 | 28.564 | 31.315 | 28.727 | 32.035 | 27.083 | 26.540 | 31.836 | 29.545 | 28.718 | 26.970 |
| Viajeros Residentes en el Extranjero | 3.839 | 3.396 | 4.109 | 7.049 | 7.676 | 7.005 | 12.034 | 16.480 | 8.528 | 7.748 | 5.217 | 4.314 |
| Total Viajeros | 25.590 | 26.673 | 32.673 | 38.364 | 36.403 | 39.040 | 39.117 | 43.020 | 40.364 | 37.293 | 33.935 | 31.284 |
| Pernoctaciones Residentes en España | 37.144 | 41.612 | 49.824 | 56.239 | 49.021 | 55.611 | 46.112 | 44.610 | 55.116 | 53.096 | 46.049 | 52.665 |
| Pernoctaciones Residentes en el Extranjero | 6.040 | 5.821 | 7.343 | 11.746 | 15.085 | 11.959 | 16.704 | 21.775 | 16.123 | 13.724 | 9.293 | 6.963 |
| Total Pernoctaciones | 43.184 | 47.433 | 57.167 | 67.985 | 64.106 | 67.570 | 62.816 | 66.385 | 71.239 | 66.820 | 55.342 | 59.628 |
| Estancia Media | 1,69 | 1,78 | 1,75 | 1,77 | 1,76 | 1,73 | 1,61 | 1,54 | 1,76 | 1,79 | 1,63 | 1,91 |
| Número de establecimientos abiertos estimados | 31 | 35 | 36 | 36 | 36 | 36 | 35 | 34 | 36 | 35 | 37 | 36 |
| Número de plazas estimadas | 3.570 | 3.729 | 3.732 | 3.737 | 3.737 | 3.738 | 3.732 | 3.561 | 3.767 | 3.754 | 3.900 | 3.911 |
| Grado de ocupación por plazas (%) | 38,72 | 45,18 | 49,23 | 59,79 | 55,00 | 59,65 | 53,82 | 58,73 | 62,68 | 57,01 | 47,17 | 48,63 |
| Grado de ocupación por plazas en fin de semana (%) | 54,14 | 59,65 | 67,46 | 70,75 | 70,00 | 76,08 | 62,54 | 67,33 | 74,09 | 73,40 | 64,27 | 58,72 |
| Grado de ocupación por habitaciones (%) | 48,38 | 55,43 | 62,32 | 69,86 | 70,12 | 74,44 | 63,66 | 65,45 | 75,89 | 74,87 | 63,79 | 54,66 |
| Personal empleado | 440 | 500 | 454 | 479 | 482 | 482 | 499 | 471 | 502 | 516 | 521 | 490 |

Fuente: INE 2023.

Tabla 1.2. Datos acumulados movimiento de viajeros y pernoctaciones en la Ciudad de Valladolid.

| 2023 | TOTAL |
|--|----------------|
| Viajeros Residentes en España | 336.361 |
| Viajeros Residentes en el Extranjero | 87.395 |
| Total Viajeros | 423.756 |
| Pernoctaciones Residentes en España | 587.099 |
| Pernoctaciones Residentes en el Extranjero | 142.576 |
| Total Pernoctaciones | 729.675 |
| Estancia Media | 1,73 |
| Número de establecimientos abiertos estimados | 35 |
| Número de plazas estimadas | 3.739 |
| Grado de ocupación por plazas (%) | 52,97 |
| Grado de ocupación por plazas en fin de semana (%) | 66,54 |
| Grado de ocupación por habitaciones (%) | 64,91 |
| Personal empleado | 486 |

Fuente: INE 2023.

Nota. Los datos relativos a establecimientos estimados, plazas estimadas y personal empleado se corresponden a datos promedio mensuales.

Tabla 1.3. Usuarios de las Oficinas de Información Turística

| | CRT (*) | Punto de Información de San Benito | Punto de Información RENFE | Oficinas Información Temporales (**) |
|--------------------------|---------|------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| Número total de usuarios | 106.196 | 39.545 | 9.724 | - |

Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la Ciudad de Valladolid 2023

(*) Nota: Dentro del bloque de datos CRT se incluye: Centro de Recursos Turísticos Presencial, Visitas Guiadas y Visitas a la Torre de la Catedral (ya que son guiadas).

(**) Nota: A lo largo del 2023 no se ha instalado ninguna OITT.

| | CRT Presencial | Visitas Guiadas | Torre de la catedral |
|--------------------------|----------------|-----------------|----------------------|
| Número total de usuarios | 67.413 | 31.518 | 7.265 |

Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la Ciudad de Valladolid 2023

Tabla 1.4. Usuarios de Puntos de Información Turística

| | Consultas WEB |
|--------------------------|---------------|
| Número total de usuarios | 1.044.549 |

Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la Ciudad de Valladolid 2023

Tabla 1.5. Usuarios de Atractivos Turísticos

| | Autobús Turístico | Valladolid CARD |
|--------------------------|-------------------|-----------------|
| Número total de usuarios | 5.752 | 6.890 |

Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la Ciudad de Valladolid 2023

Tabla 1.6. Usuarios de Vías de Acceso

| | RENFE (Larga distancia) | RENFE (MD Media distancia Convencional) | RENFE (Media distancia Alta Velocidad AVANT) | RENFE (AVE) | AENA |
|--------------------------|-------------------------|---|--|-------------|---------|
| Número total de usuarios | 221.948 | 774.522 | 926.604 | 42.033 | 208.923 |

Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la Ciudad de Valladolid 2023

Tabla 1.7. Visitantes a Museos

| MUSEOS | | Total Visitantes | |
|--------------------------------------|---|------------------|---------|
| ESTATALES | Museo Nacional de Escultura | 114.456 | 143.925 |
| | Museo de la Academia de Caballería | 6.014 | |
| | Casa-Museo de Cervantes | 23.455 | |
| AUTONÓMICOS | Museo de Valladolid | 38.150 | 38.150 |
| MUNICIPALES | Museo de la Ciencia | 80.774 | 184.844 |
| | Museo Patio Herreriano | 80.731 | |
| | Casa-Museo de Colón | 9.893 | |
| | Casa-Museo de Zorrilla | 13.446 | |
| UNIVERSITARIOS | Museo de la Universidad de Valladolid | 13.761 | 53.252 |
| | Fundación Alberto Jiménez-Arellano Alonso | 39.491 | |
| PRIVADOS | Museo de San Joaquín y Santa Ana | 5.426 | 22.459 |
| | Museo Diocesano y Catedralicio | 5.124 | |
| | Museo Oriental | 11.909 | |
| SALAS DE EXPOSICIONES MUNICIPALES | Sala Museo de la Casa Revilla | 13.342 | 184.799 |
| | Sala Museo de las Francesas | 89.309 | |
| | Sala Museo de Pasión | 64.579 | |
| | Casa de la India | 17.569 | |

Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la Ciudad de Valladolid 2023

2. EVOLUCIÓN Y VALORACIONES DEL MOVIMIENTO DE VIAJEROS EN LA CIUDAD DE VALLADOLID Y CON REFERENCIA A LOS MOVIMIENTOS EN LOS ÁMBITOS NACIONAL Y REGIONAL.

Atendiendo a los datos facilitados por el INE para la ciudad de Valladolid durante el periodo 2019-2023, se puede observar que la evolución ha sido positiva, salvo en el año 2020, debido a las circunstancias derivadas del COVID-19, lo cual produjo un descenso excepcional de viajeros y pernoctaciones.

El año del que se parte en el análisis, el 2019, fue de récord ya que se alcanzó la cifra de 788.206 pernoctaciones. El año 2021 muestra un avance hacia la vuelta a la normalidad para, ya en el 2022, consolidar la recuperación del sector. Por último, este último año, 2023, nos deja un crecimiento superior al año anterior, tanto en viajeros como en pernoctaciones.



Gráfico 2.1. Evolución comparada acumulada anual del número de viajeros en el periodo 2019-2023 en la ciudad de Valladolid. Fuente: INE 2023.

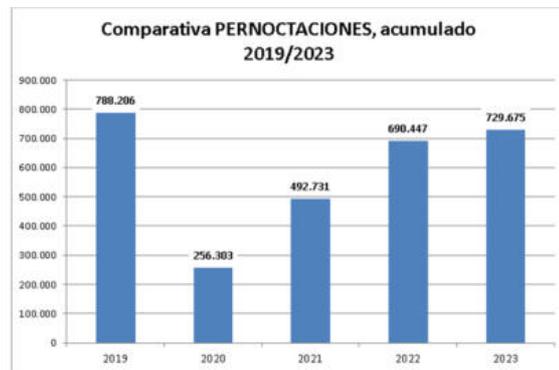


Gráfico 2.2. Evolución comparada acumulada anual del número de pernoctaciones en el periodo 2019-2023 en la ciudad de Valladolid. Fuente: INE. 2023.

(*) Nota 1: Los datos correspondientes al periodo 2023 del Instituto Nacional de Estadística son datos provisionales.

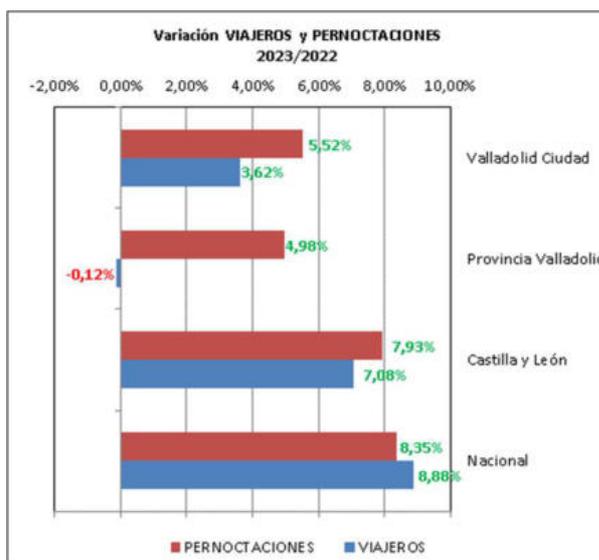


Gráfico 2.3. Variación interanual de viajeros y pernoctaciones para la ciudad de Valladolid, Valladolid provincia, Castilla y León, y España. Fuente: INE 2023

En lo que se refiere a los datos para el conjunto del año 2023, y comparándolos con el 2022, en el gráfico 2.3 se puede ver que Valladolid ha obtenido unos porcentajes de recuperación positivos en la línea de la media de Castilla y León y que la media nacional también.

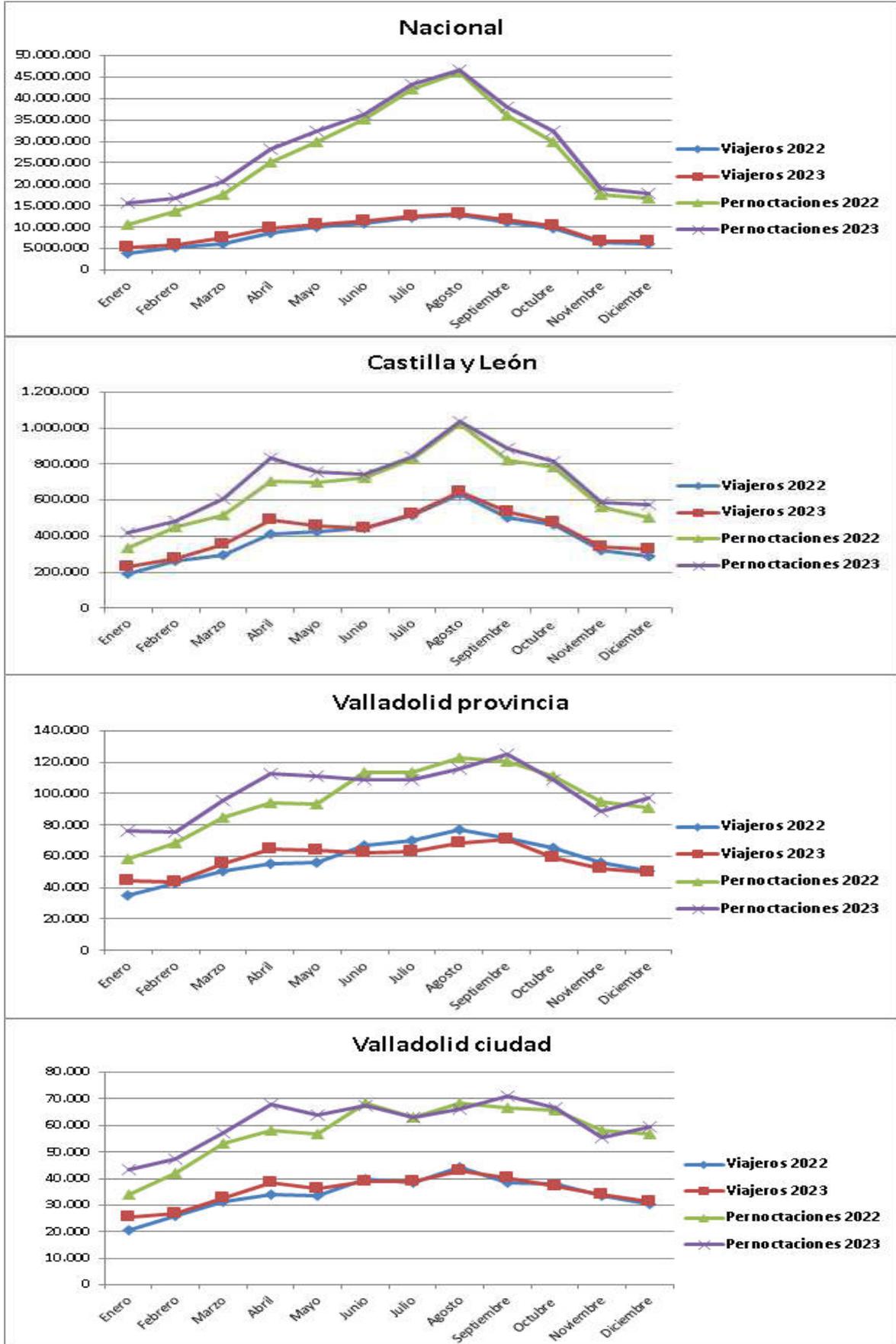


Gráfico 2.4. Evolución comparada mensual del número de viajeros y pernoctaciones en el periodo 2022-2023 en España, Castilla y León, provincia de Valladolid y ciudad de Valladolid. Fuente: INE 2023.

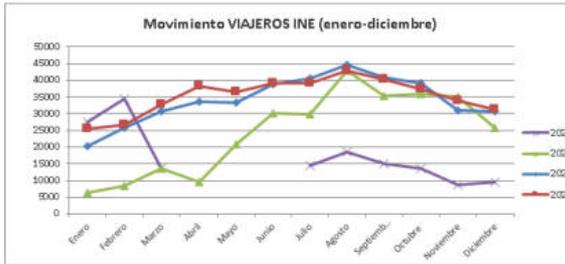


Gráfico 2.5. Evolución comparada mensual de datos INE del número de viajeros en el periodo 2020-2023.

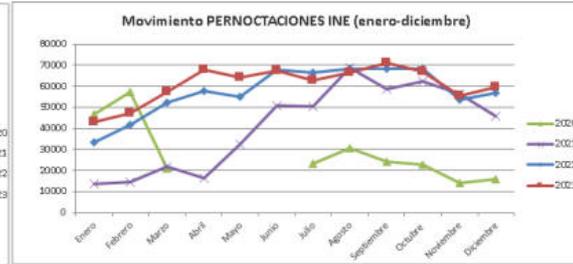


Gráfico 2.6. Evolución comparada mensual INE del número de pernoctaciones en el periodo 2020-2023.

| Comparativa ESPAÑA 2022-2023 | Acumulado Enero - Diciembre 2023 | Acumulado Enero - Diciembre 2022 | Variación % |
|---|----------------------------------|----------------------------------|---------------|
| Viajeros Residentes en España | 54.646.728 | 53.314.485 | 2,50% |
| Viajeros Residentes en el Extranjero | 57.372.449 | 49.568.084 | 15,74% |
| Total Viajeros | 112.019.177 | 102.882.569 | 8,88% |
| Pernoctaciones Residentes en España | 121.543.151 | 120.037.593 | 1,25% |
| Pernoctaciones Residentes en el Extranjero | 225.576.344 | 200.328.516 | 12,60% |
| Total Pernoctaciones | 347.119.495 | 320.366.109 | 8,35% |
| | | | |
| Comparativa CYL 2022-2023 | Acumulado Enero - Diciembre 2023 | Acumulado Enero - Diciembre 2022 | Variación % |
| Viajeros Residentes en España | 3.880.111 | 3.694.972 | 5,01% |
| Viajeros Residentes en el Extranjero | 1.211.188 | 1.059.644 | 14,30% |
| Total Viajeros | 5.091.299 | 4.754.616 | 7,08% |
| Pernoctaciones Residentes en España | 6.724.526 | 6.306.516 | 6,63% |
| Pernoctaciones Residentes en el Extranjero | 1.860.775 | 1.647.731 | 12,93% |
| Total Pernoctaciones | 8.585.301 | 7.954.247 | 7,93% |
| | | | |
| Comparativa PROVINCIA DE VALLADOLID 2022-2023 | Acumulado Enero - Diciembre 2023 | Acumulado Enero - Diciembre 2022 | Variación % |
| Viajeros Residentes en España | 558.215 | 566.803 | -1,52% |
| Viajeros Residentes en el Extranjero | 138.176 | 130.435 | 5,93% |
| Total Viajeros | 696.391 | 697.238 | -0,12% |
| Pernoctaciones Residentes en España | 992.921 | 953.974 | 4,08% |
| Pernoctaciones Residentes en el Extranjero | 231.999 | 212.830 | 9,01% |
| Total Pernoctaciones | 1.224.920 | 1.166.804 | 4,98% |
| | | | |
| Comparativa CIUDAD DE VALLADOLID 2022-2023 | Acumulado Enero - Diciembre 2023 | Acumulado Enero - Diciembre 2022 | Variación % |
| Viajeros Residentes en España | 336.361 | 327.685 | 2,65% |
| Viajeros Residentes en el Extranjero | 87.395 | 81.280 | 7,52% |
| Total Viajeros | 423.756 | 408.965 | 3,62% |
| Pernoctaciones Residentes en España | 587.099 | 556.589 | 5,48% |
| Pernoctaciones Residentes en el Extranjero | 142.576 | 134.895 | 5,69% |
| Total Pernoctaciones | 729.675 | 691.484 | 5,52% |

Tabla 2.1. Datos acumulados y variación porcentual 2022-2023 de número de viajeros y pernoctaciones de españoles y extranjeros. Fuente: INE 2023.

En un mayor grado de detalle, a continuación se compara la evolución de las cifras de turistas españoles y extranjeros a nivel nacional, autonómico, provincial y de la ciudad.

En los cuatro ámbitos de análisis se han producido en términos generales crecimientos porcentuales, tanto en viajeros y en pernoctaciones de españoles y extranjeros; En el caso concreto de la ciudad de Valladolid destaca el incremento de viajeros extranjeros (7,52%) y las pernoctaciones, tanto de españoles (5,48%) como de extranjeros (5,69%).

Los datos del INE arrojan información sobre los viajeros, que son las personas que realizan, al menos, una pernoctación en un alojamiento reglado (hoteles, hostales, etc.). Sin embargo, en cuanto a visitantes se refiere, también es necesario tener en cuenta a los excursionistas - que son los visitantes que pasan el día en la ciudad, pero no pasan la noche en la misma - así como a aquellos turistas que pernoctan en alojamientos no reglados, tales como casas de amigos y familiares.

Tomando como fuente las encuestas realizadas por el Observatorio Cultural y Turístico de la Ciudad de Valladolid, de las personas que en 2023 han visitado la ciudad, el 40,24% ha pasado el día en Valladolid, el 49,85% ha pernoctado en alojamientos reglados, y el 9,90% restante ha estado durante varios días visitando la ciudad, y se ha alojado en casa de familiares y amigos. En cuanto al nivel medio de gasto diario de los visitantes se sitúa en 74,98€, siendo liderado por los viajeros – 112,66€ – seguido de los excursionistas – 38,32€ – y por los turistas que pernoctan en alojamientos no reglados – 34,26€.

| TIPO DE VISITANTE | GASTO MEDIO POR PERSONA Y DÍA |
|-----------------------------------|-------------------------------|
| Excursionista | 38,32€ |
| Viajero | 112,66€ |
| Turista en alojamiento no reglado | 34,26€ |
| Gasto medio por persona y día | 74,98€ |

Tabla 2.2. Gasto medio por día en función del tipo de visitante. Estudio de demanda 2023

Un aspecto destacado se refiere a los motivos que han llevado a los visitantes a elegir Valladolid como destino. Su amplia y variada oferta en el ámbito del ocio y la cultura ha sido el factor detonante para que el 52,88% de los viajeros se decidiera a visitar la ciudad.

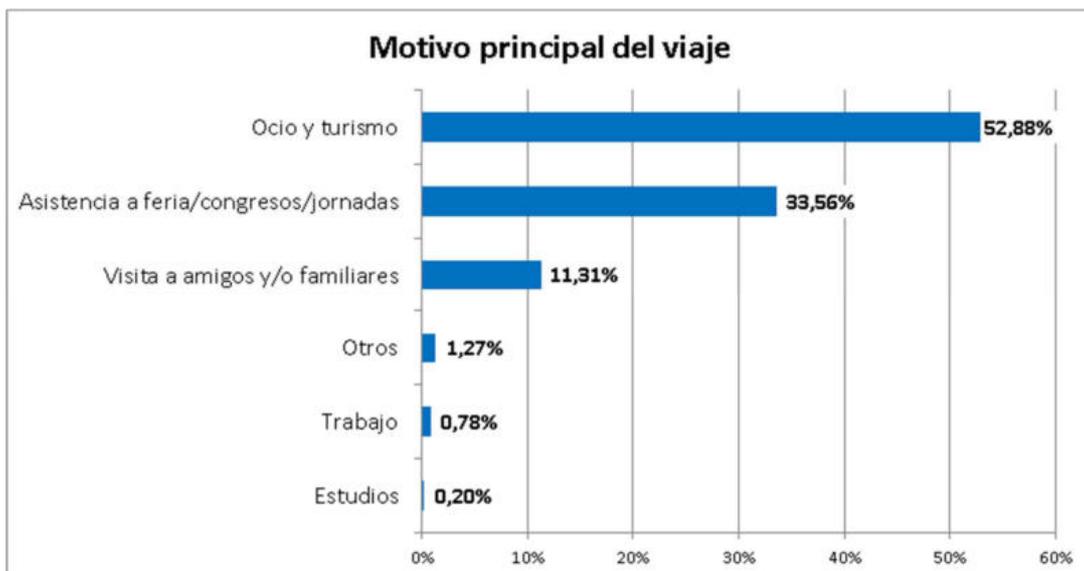


Gráfico 2.7. Motivos principales del viaje a Valladolid. Estudio de demanda 2023.

| USUARIOS | Variación % Acumulado 2022-2023 |
|---|---------------------------------|
| CRT Presencial | 1,78% |
| Visitas Guiadas | 42,49% |
| Punto de Información de San Benito | 34,83% |
| Oficinas de Información Turística Temporales (*) | - |
| Punto de Información RENFE (**) | 52,65% |
| Autobús turístico | -5,74% |
| Consultas Web | -22,35% |
| Valladolid Card | -24,37% |
| Torre de la Catedral | 14,16% |

Tabla 2.3. Datos acumulados y variación porcentual 2022-2023 de usuarios de atractivos turísticos.

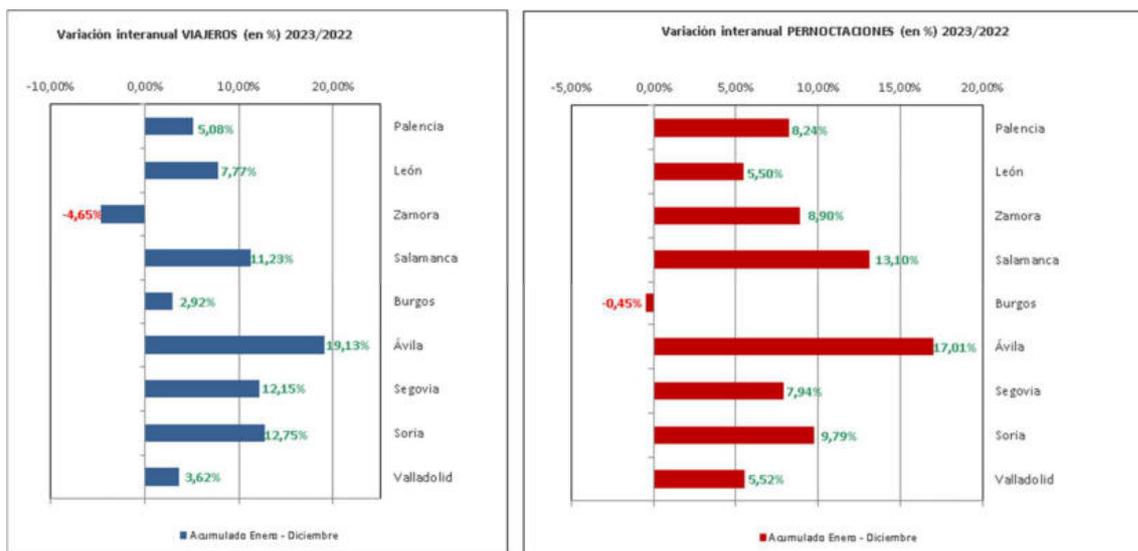
Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la Ciudad de Valladolid 2023

(*) En el año 2023 no se han instalado Oficinas de Información Turística Temporales, por lo que no se puede proceder a la comparativa.

(**) El punto de información RENFE se habilitó en el mes de abril de 2022.

Respecto al comportamiento del turismo en otras capitales de la Comunidad (Gráfico 2.8.), se analiza a continuación.

Todas las capitales de provincia de Castilla y León han registrado crecimientos en cuanto a viajeros y pernoctaciones se refiere, salvo Zamora – que ha visto reducido el número de viajeros – y Burgos – que ha registrado un ligero descenso de las pernoctaciones. Mas concretamente, a nivel de viajeros, destacan Ávila (19,13%), Soria (12,75%), Segovia (12,15%) y Salamanca (11,23%). Y en cuanto a pernoctaciones sobresalen por su crecimiento porcentual Ávila (17,01%), Salamanca (13,10%) y Soria (9,79%).



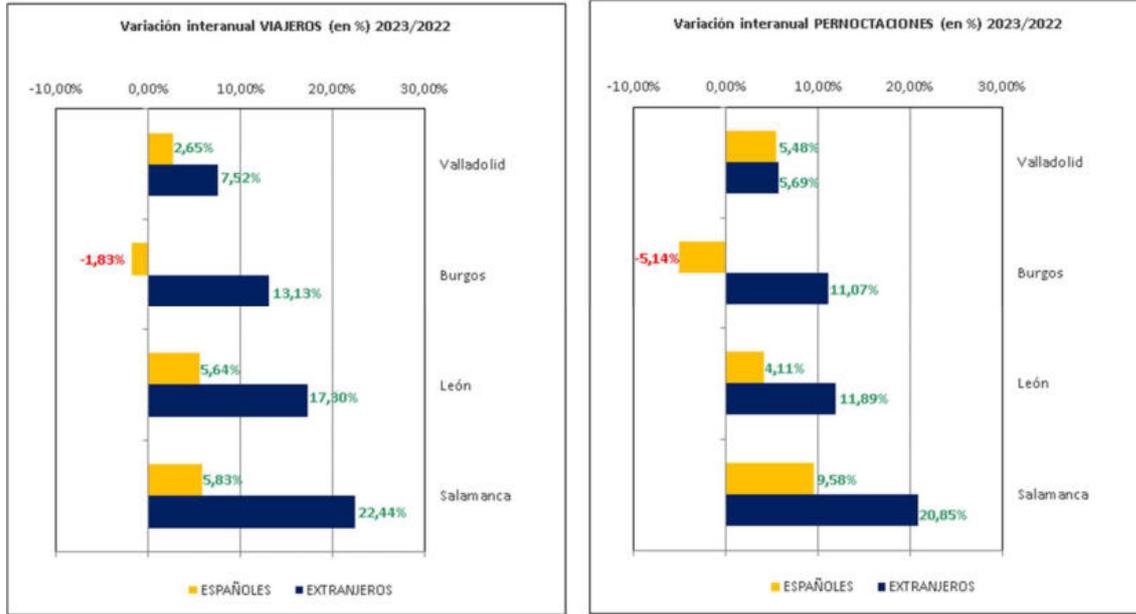


Gráfico 2.8. Variación interanual de viajeros y pernoctaciones para el periodo enero-diciembre 2023/2022 para las ciudades de Valladolid, Burgos, León y Salamanca. Fuente: INE 2023.

ANEXO II

Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid

“ENCUESTA A LA DEMANDA. AÑO 2023”

| | | |
|----|---|-----|
| 1. | Introducción | 127 |
| | a. Objetivo de la investigación | 127 |
| | b. Resumen de la metodología | 127 |
| 2. | Perfil del visitante | 128 |
| | a. Principales resultados anuales | 128 |
| | b. Datos anuales comparados..... | 130 |
| 3. | Comportamiento del visitante..... | 131 |
| | a. Principales datos anuales | 132 |
| | b. Datos anuales comparados..... | 134 |
| 4. | Grado de satisfacción | 136 |
| | a. Principales resultados anuales | 136 |
| | b. Datos anuales comparados..... | 137 |

1. Introducción

a. Objetivo de la investigación

Conocer el perfil del visitante que acude a la ciudad de Valladolid, y que realiza actividades turísticas a lo largo de un año, en este caso, el 2023. Este estudio también permitirá tener información relevante acerca del motivo principal de su visita a la ciudad, el gasto medio realizado o planeado, así como la valoración de diferentes aspectos tales como la oferta cultural o la conservación del entorno urbano. Asimismo, se presenta una comparativa de la información con los dos años anteriores, 2021 y 2022.

b. Resumen de la metodología

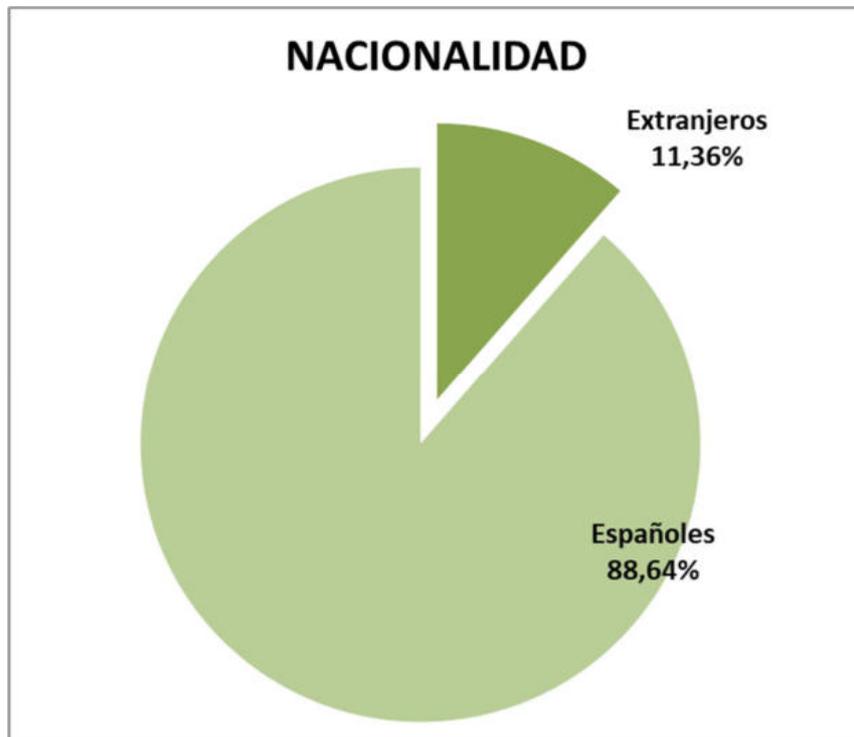
FICHA TÉCNICA:

- **Tipo de encuesta:** Encuesta personal.
- **Ámbito poblacional:** Ciudad de Valladolid
- **Colectivo a encuestar (Universo):** visitantes que acuden a la ciudad de Valladolid de más de 16 años.
- **Ámbito geográfico:** Ciudad de Valladolid.
- **Periodo de encuestación:** enero a diciembre de 2023.
- **Tamaño de la muestra:** 2.413 consultas

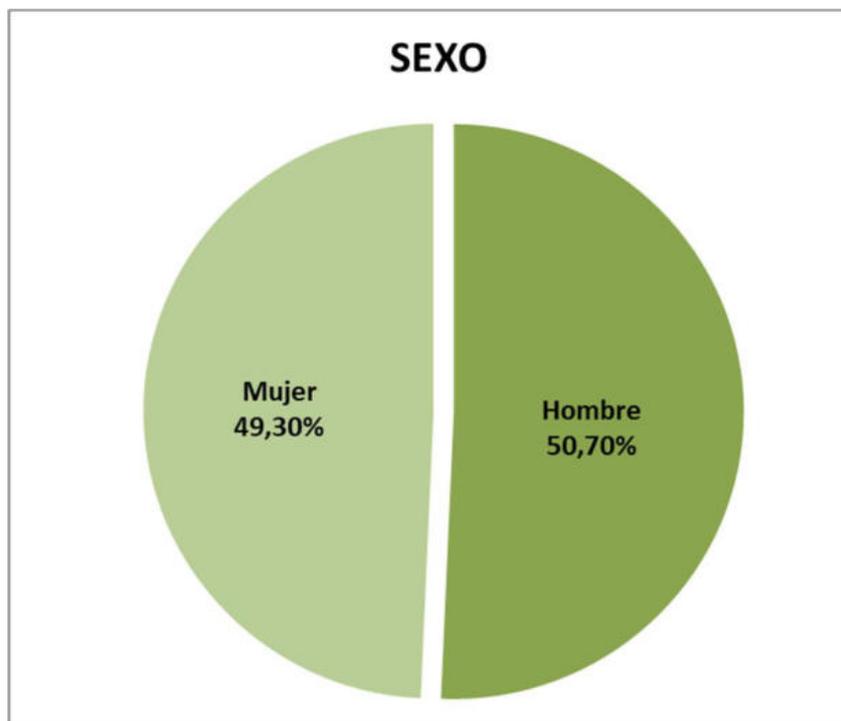
| | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Tamaño muestral | 1.979 | 2.408 | 2.413 |
| Error para un nivel de confianza del 95% | 2,2% | 2% | 2% |

2. Perfil del visitante

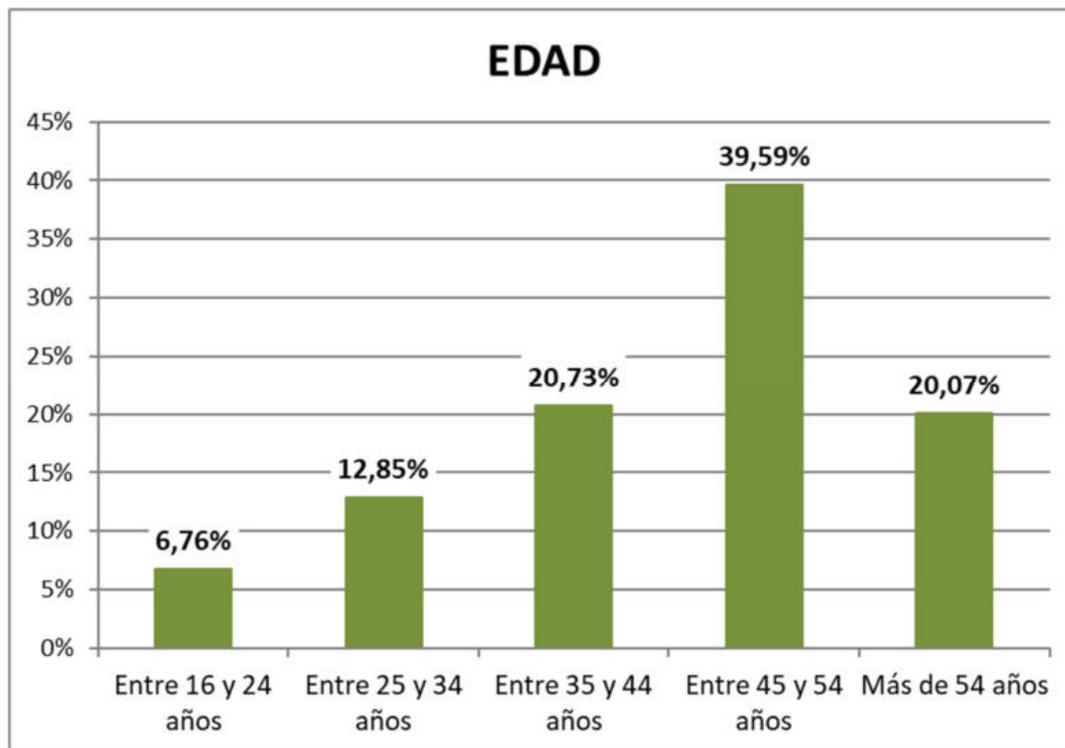
a. Principales resultados anuales



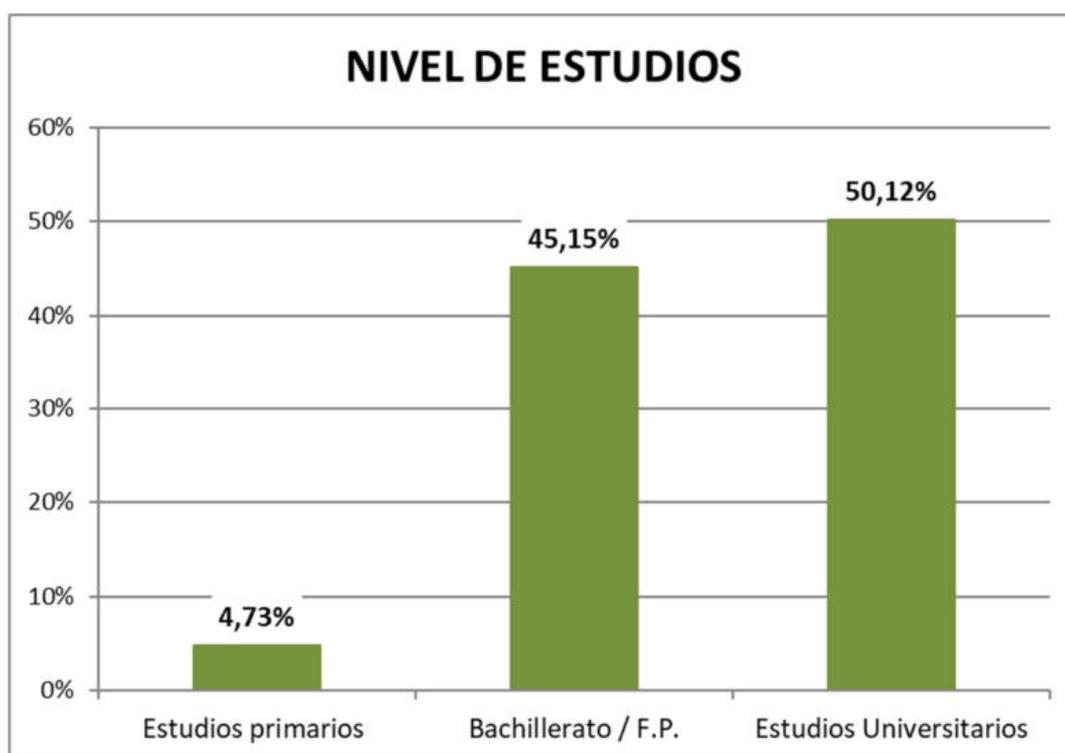
Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.



Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.



Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.

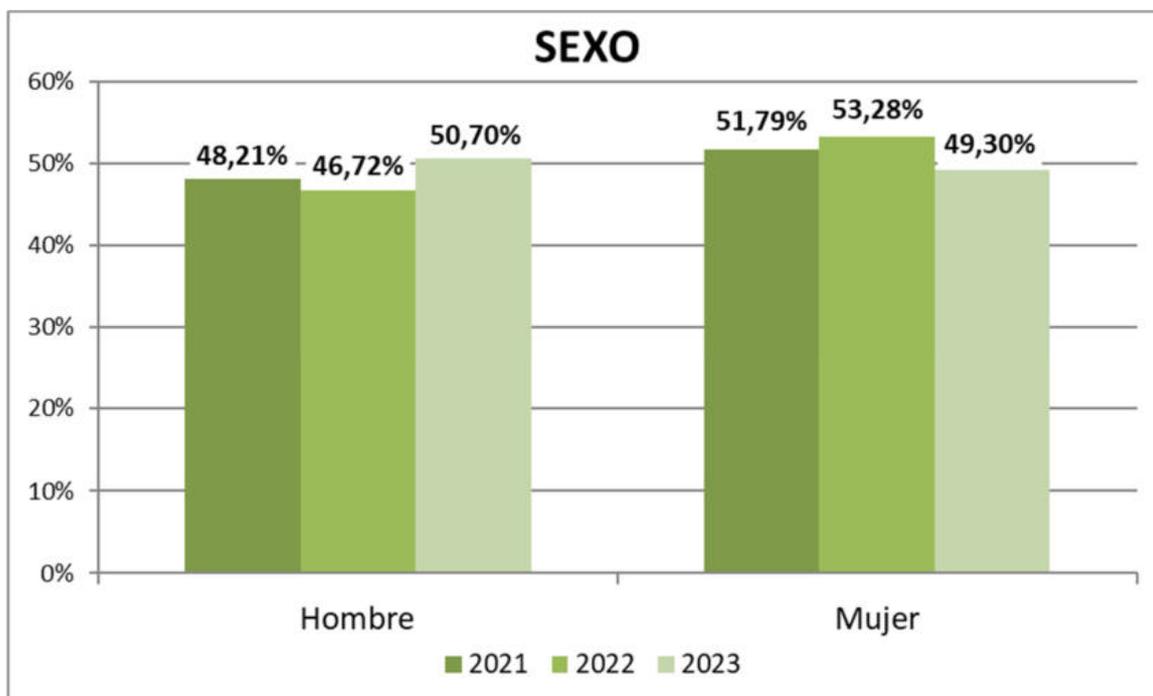


Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.

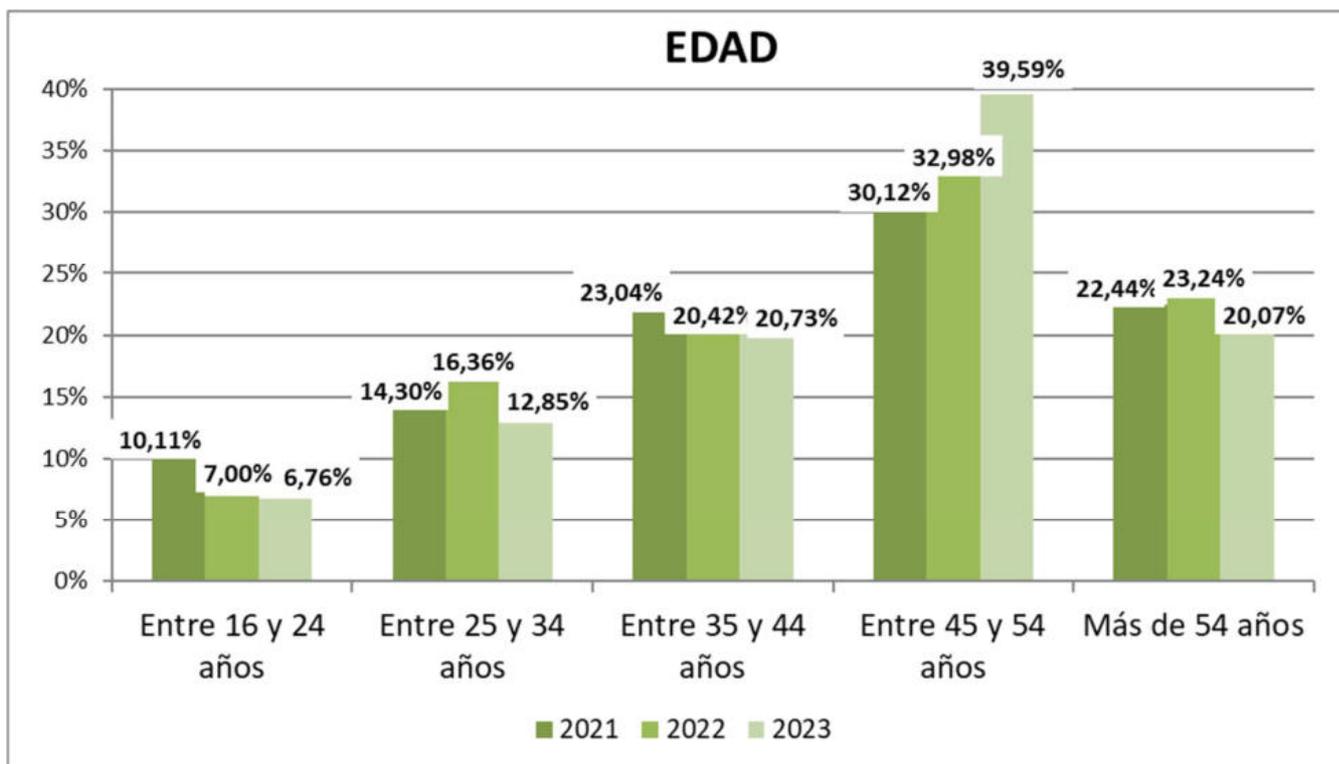
b. Datos anuales comparados



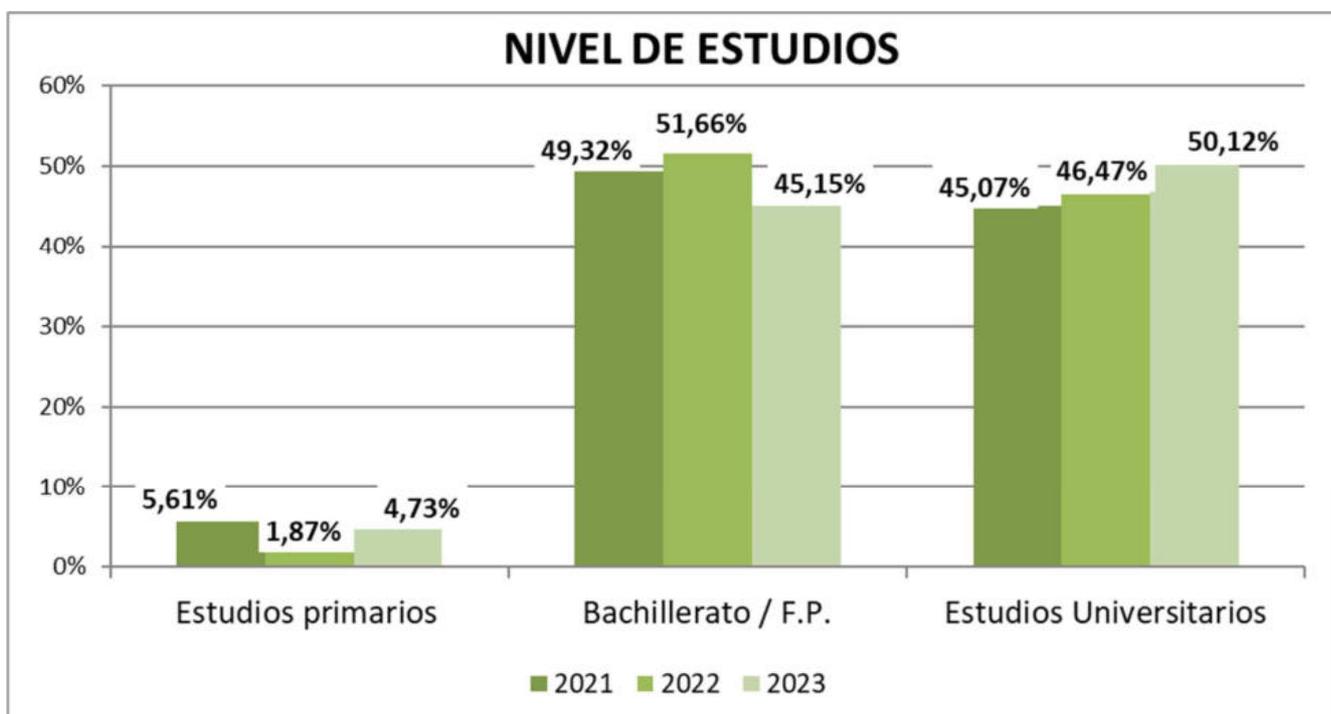
Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.



Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.



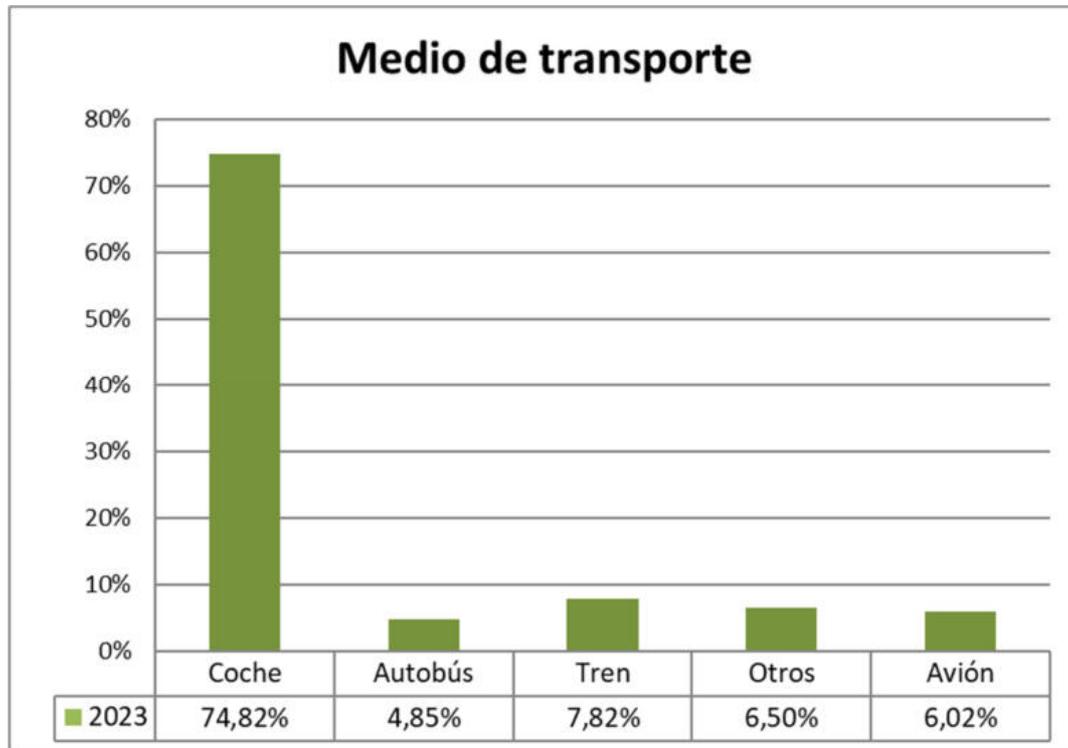
Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.



Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.

3. Comportamiento del visitante

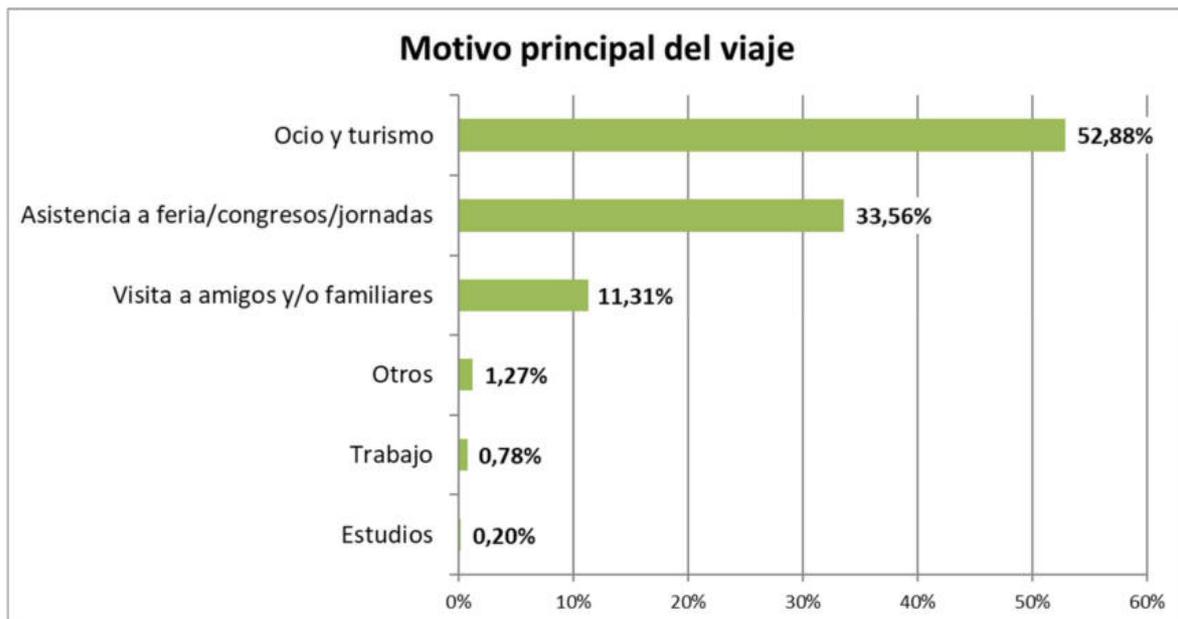
a. Principales datos anuales



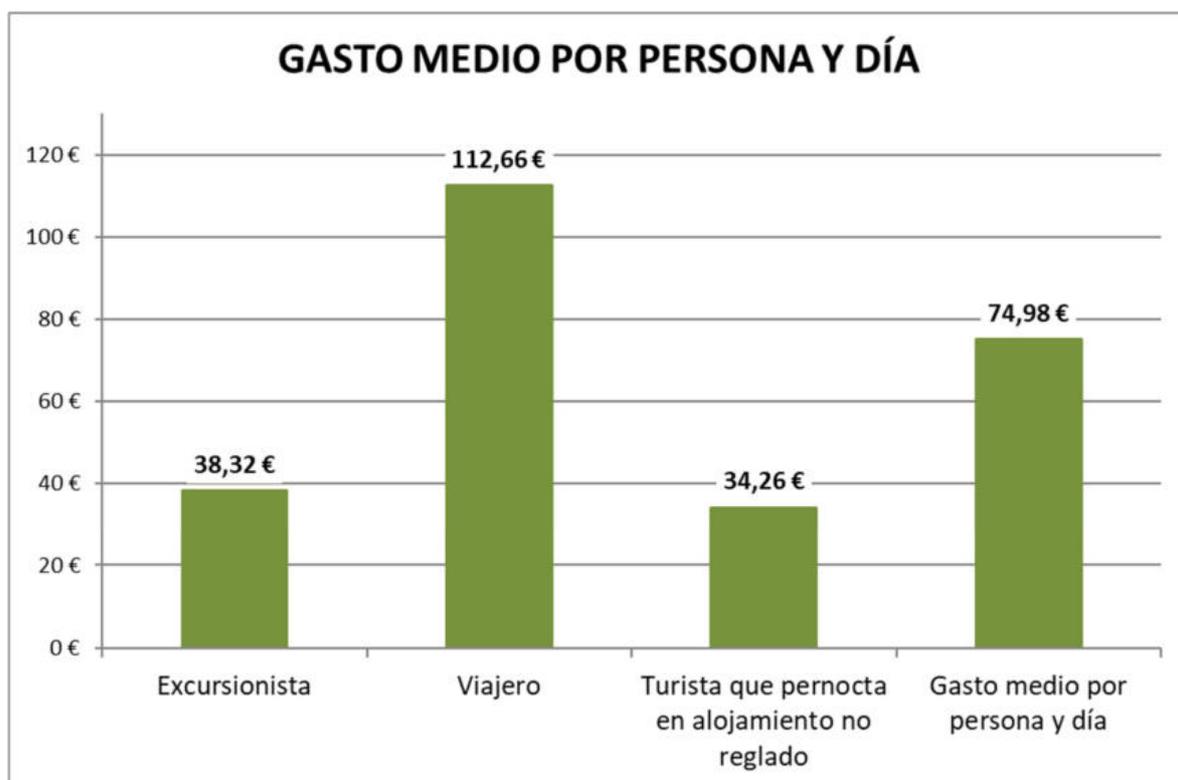
Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.



Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.

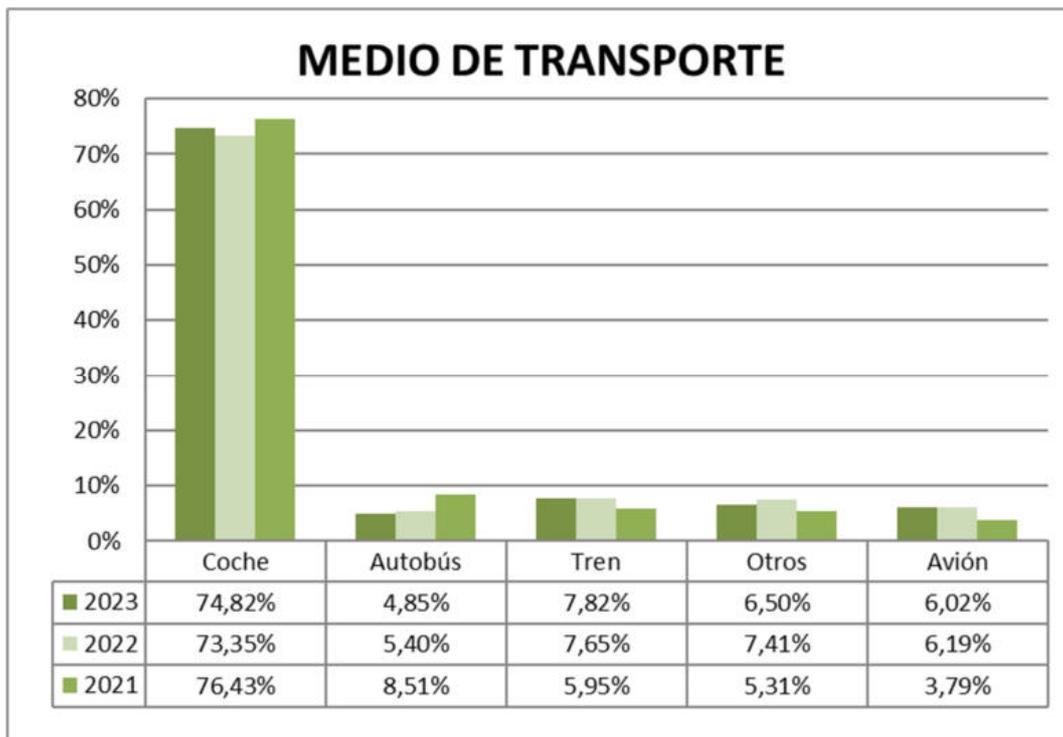


Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.



Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.

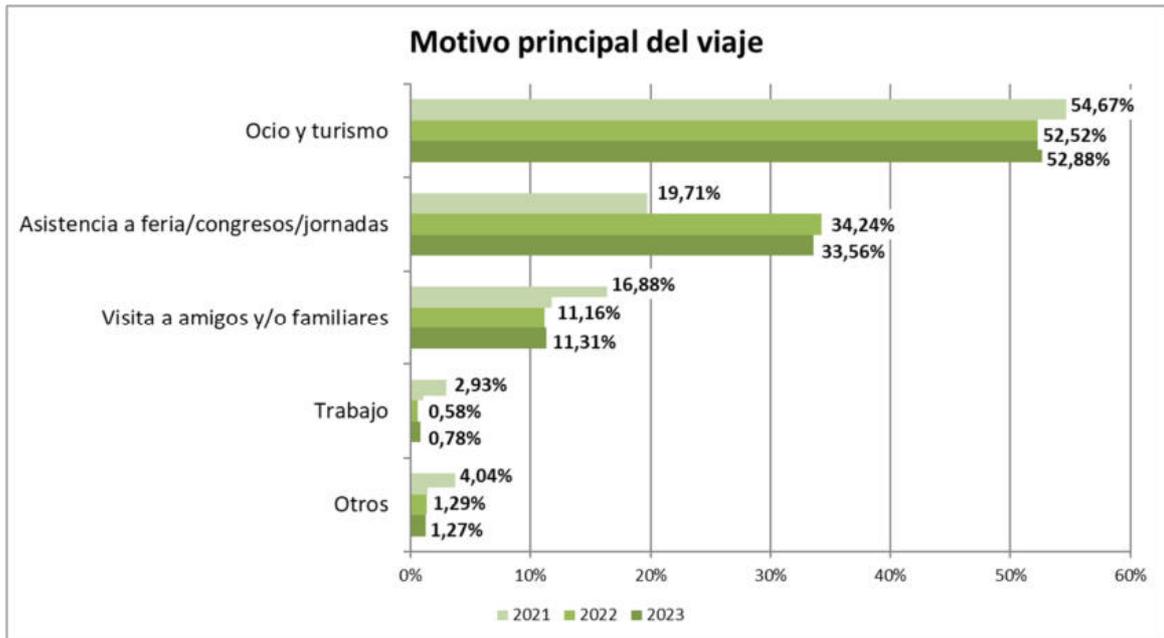
b. Datos anuales comparados



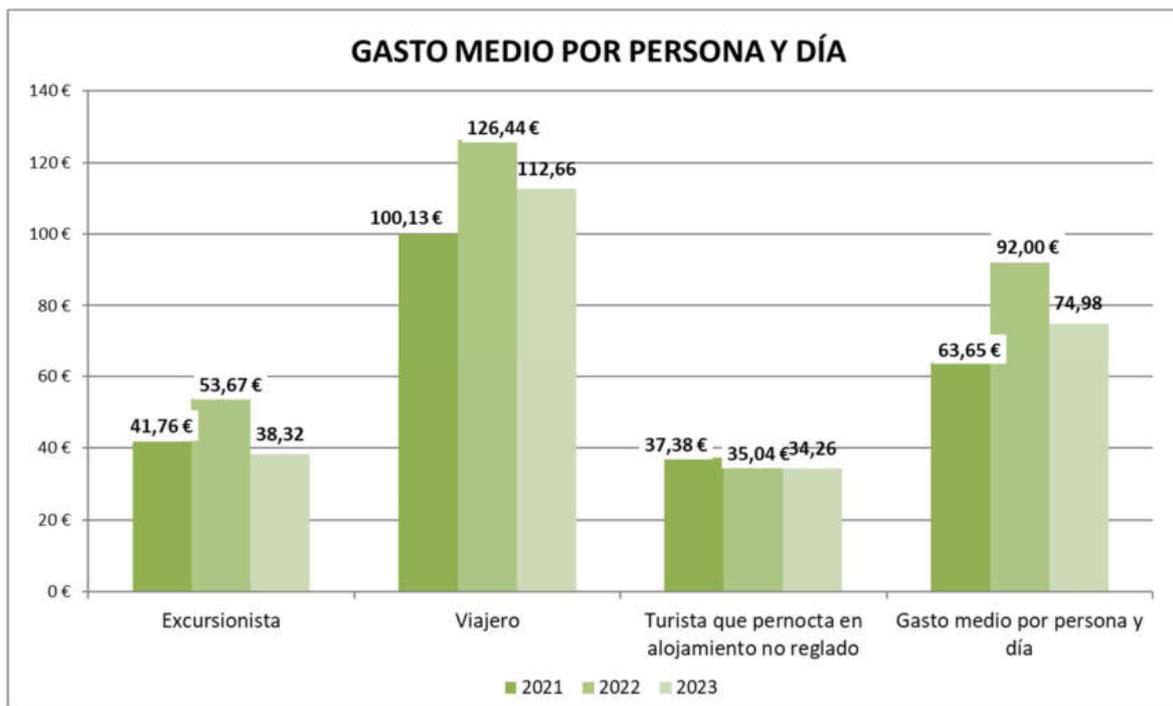
Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.



Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.



Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.



Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.

4. Grado de satisfacción

a. Principales resultados anuales



Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.

b. Datos anuales comparados



| | Cuidado del medio ambiente y naturaleza | Seguridad ciudadana | Atención / amabilidad de la gente | Eliminación de barreras arquitectónicas | Cuidado del entorno urbano | Estado de las carreteras | Comunicaciones y accesos a la ciudad | Señalización turística | Conservación de monumentos | Oferta de ocio complementario | Oferta cultural |
|------|---|---------------------|-----------------------------------|---|----------------------------|--------------------------|--------------------------------------|------------------------|----------------------------|-------------------------------|-----------------|
| 2021 | 7,16 | 7,70 | 7,73 | 7,74 | 7,77 | 7,78 | 7,83 | 7,87 | 7,95 | 8,08 | 8,16 |
| 2022 | 7,29 | 8,08 | 7,81 | 8,34 | 7,80 | 7,80 | 7,71 | 7,82 | 8,98 | 8,21 | 8,38 |
| 2023 | 7,29 | 8,19 | 7,70 | 7,52 | 7,69 | 7,66 | 7,72 | 7,60 | 7,97 | 7,67 | 8,10 |

Fuente: Observatorio Cultural y Turístico de la ciudad de Valladolid. Fase de Demanda 2023.



Ayuntamiento de
Valladolid



ANEXO III

Evaluación de la ejecución del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2021-2023

Evaluación final - 2023



Índice

| | | |
|------|--|----|
| 1. | Introducción | 2 |
| 2. | Visión global del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2021-2023 | 3 |
| 1. | Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional. | 3 |
| 2. | Sostenibilidad Turística. | 4 |
| 3. | Desarrollo de productos turísticos | 4 |
| 4. | Promoción y comercialización | 4 |
| 3. | Evaluación de la ejecución del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2021-2023..... | 6 |
| 3.1. | Evaluación por Líneas de actuación..... | 7 |
| | Actuaciones Línea 1 Gobernanza. | 7 |
| | Actuaciones Línea 2. Sostenibilidad | 13 |
| | Actuaciones Línea 3. Desarrollo de productos y ofertas turísticas | 17 |
| | Actuaciones Línea 4. Promoción y comercialización..... | 22 |
| 4. | Cuadro de Mando Turístico de la ciudad de Valladolid..... | 26 |
| | Índice de cuadros y gráficos. | 28 |

1. Introducción

El Plan Estratégico de Turismo de la Valladolid 2021-2023, promovido desde el Ayuntamiento de Valladolid, elaborado con la participación del sector turístico y la de otros agentes públicos y privados que intervienen en la actividad turística de la ciudad y su entorno, persigue consolidar el posicionamiento alcanzado por la ciudad como destino turístico y responde a la necesidad de impulsar la recuperación del sector turístico de Valladolid.

El Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2021-2023 asume el lema “Avanzando el Futuro” y define una nueva hoja de ruta para impulsar la recuperación del sector y orientar el desarrollo sostenible e inteligente del turismo alineando la estrategia turística de la ciudad con las tendencias sociales y económicas (nuevos turistas, nuevos modelos de negocio, desarrollo tecnológico, cambios sociales, etc.); contribuyendo a seguir mejorando el posicionamiento turístico de Valladolid y la competitividad del sector, favoreciendo con ello la generación de empleo y el incremento de la calidad de la experiencia turística en el destino y la calidad de vida de los residentes.

Para asegurar el logro de los objetivos del Plan Estratégico es esencial el seguimiento de su ejecución. En la actualidad, la capacidad de ejecución del plan constituye uno de los factores de diferenciación con respecto a los destinos competidores, dado que este proceso es uno de los déficits de mayor relevancia en los destinos. En este sentido, el Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2021-2023 contempla un sistema de gestión y seguimiento que permite controlar y medir el proceso de ejecución del Plan. Los objetivos de este sistema son:

- Analizar el desarrollo de las actuaciones del Plan Operativo con el fin de corregir y subsanar los déficits identificados en su implantación aprobando nuevas metas a partir de los resultados obtenidos.
- Revisar el grado de cumplimientos de los objetivos estratégicos y de las líneas estratégicas definidas para su consecución.

2. Visión global del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2021-2023

El Plan Estratégico de Turismo de Valladolid 2021-2023 es, como ya se ha mencionado, el resultado de un proceso participativo que ha contado con el sector turístico y el conjunto de agentes públicos y privados relacionados con el turismo en la ciudad.

El proceso, que se inició con una etapa de análisis y diagnóstico de la situación del turismo en la ciudad y su entorno inmediato, culminó con la redacción de una propuesta estratégica que ha contado con el consenso de los agentes participantes en el proceso y, finalmente, con un conjunto de actuaciones a llevar a cabo en el periodo de vigencia del Plan.

La propuesta estratégica concreta la Visión de la ciudad de Valladolid como destino turístico, o lo que es lo mismo, la proyección de Valladolid como ciudad turística del futuro y el Modelo turístico deseado.

El análisis de las diferentes opiniones obtenidas en el proceso de participación mantiene la percepción de los actores turísticos de la ciudad en torno a los atributos que definen la visión turística de Valladolid, y entre los que destacan los siguientes:

- **Una ciudad amigable, accesible y segura.**
- **Una ciudad referente en la gastronomía y el enoturismo.**
- **Una ciudad con historia que mira al futuro.**
- **Una ciudad sostenible y comprometida con los ODS y la lucha contra el cambio climático.**

Sobre la base de estos atributos, la visión de Valladolid como destino turístico se concreta de la siguiente manera:

Valladolid es una ciudad amigable, accesible y segura, referente nacional e internacional por la autenticidad y excelencia de sus propuestas eno-gastronómicas y culturales. Su modelo turístico se basa en el desarrollo sostenible e inteligente de la ciudad y su entorno, al servicio de las personas.

Finalmente, la propuesta estratégica también define los objetivos y **4 líneas estratégicas de desarrollo turístico de la ciudad para el periodo 2021-2023** que conducirán el desarrollo de las actuaciones a ejecutar:

1. **Gobernanza, colaboración profesional y coordinación institucional.**

Esta línea estratégica enmarca las actuaciones orientadas a mejorar la gestión turística de Valladolid, promoviendo la coordinación entre las instituciones y entidades involucradas en el desarrollo del turismo en la ciudad, y la colaboración entre el sector empresarial, en la promoción y comercialización del destino turístico, la mejora de la competitividad, la calidad de los servicios y productos turísticos, mediante el desarrollo tecnológico y la implantación del modelo de gestión Destino Turístico Inteligente.



2. Sostenibilidad Turística.

El desarrollo turístico sostenible es claramente dependiente del modelo urbano y turístico del destino. El turismo tiene una relación muy estrecha con el hecho urbano, donde la ciudad es soporte y elemento básico de la experiencia turística.

En este sentido, la estrategia de desarrollo turístico ha de estar orientada a actuar sobre los factores que inciden de manera directa en la sostenibilidad de la ciudad, contribuyendo a generar un espacio con mayor calidad de vida para los residentes, al tiempo que propicie una mayor calidad de la experiencia turística para sus visitantes.

3. Desarrollo de productos turísticos

Esta línea estratégica recoge las acciones dirigidas a mejorar la orientación al mercado de los productos turísticos actuales de Valladolid, adecuando sus componentes a las tendencias actuales de la demanda turística; así como también las actuaciones tendentes a la creación de nuevos productos que contribuyan al posicionamiento de Valladolid en nuevos mercados y segmentos turísticos.

4. Promoción y comercialización

El Turismo es probablemente la actividad que se ha visto más influida por el fenómeno de la globalización y el incremento en el uso cotidiano y constante de internet y, por esto mismo, es también uno de los sectores donde se produce “más ruido y confusión” respecto de la oferta de destinos, productos y servicios.

La ciudad de Valladolid debe intensificar su promoción en los mercados, con acciones focalizadas en los canales profesionales (en el trade, y en los prescriptores, principalmente) pero con un esfuerzo mayor en la búsqueda del consumidor final.

Bajo esta línea estratégica se agrupan las acciones destinadas a incrementar el posicionamiento turístico de la ciudad de Valladolid, y la comercialización de los productos que conforman su oferta.

El Plan de Actuación, estructurado en las 4 líneas estratégicas de desarrollo mencionadas, **define un total de 30 acciones.**



Ayuntamiento de Valladolid

RESUMEN ACTUACIONES PLAN ACTUACIÓN 2021-2023

| G | Gobernanza | S | Sostenibilidad | DP | Desarrollo de productos turísticos | P | Promoción y comercialización |
|------|---|-----|---|------|---|-----|---|
| G-1 | Valladolid. Destino Turístico Inteligente - Smart Destination | S-1 | Valladolid Accesible - Plan de Accesibilidad Turística | DP-1 | Impulso al turismo idiomático. Aulas Informáticas para el aprendizaje del español | P-1 | Promoción online de la ciudad de Valladolid como destino turístico |
| G-2 | Sensibilización del Turismo en Valladolid-Anfitriones | S-2 | Ampliación de los Puntos de Recarga para vehículos eléctricos | DP-2 | Fomento del enogastroturismo. Creación del Centro de la Cultura del Vino de Valladolid | P-2 | Gestión de los perfiles turísticos de la ciudad de Valladolid en las RR.SS. |
| G-3 | Integración del sector turístico de Valladolid | S-3 | Programa de embellecimiento de las calles peatonales del Casco Histórico. | DP-3 | Puesta en valor turístico del Canal de Castilla y del Canal del Duero | P-3 | Acciones de promoción en canales profesionales |
| G-4 | Implementación del SICTED y la Cultura del detalle en Valladolid | S-4 | Recuperación Patrimonio Industrial - Planificación de las antiguas infraestructuras ferrocarril. Talleres de Renfe. | DP-4 | Puesta en valor de los Recursos Arqueológicos de Valladolid: Monasterio San Benito-Río Esgueva. | P-4 | Acciones de promoción para el público final |
| G-5 | Señalización Turística Inteligente | S-5 | Potenciación de Valladolid como ciudad verde | DP-5 | Centro de Documentación e Interpretación del festival SEMINCI | P-5 | Desarrollo de una App Turística |
| G-6 | Información Turística Inteligente - Chatbot | | | DP-6 | Diseño y desarrollo de experiencias turísticas | | |
| G-7 | Impulso al Sistema de Inteligencia Turística de Valladolid | | | DP-7 | Adaptación del producto MICE a las tendencias actuales del mercado | | |
| G-8 | Programa de consolidación de prescriptores en destino | | | DP-8 | Desarrollo del producto Escapadas - CITY BREAK | | |
| G-9 | Impulso a la digitalización del sector turístico de Valladolid | | | DP-9 | Vinculación con destinos y recursos del entorno del área de influencia de Valladolid | | |
| G-10 | Creación de una Comisión Interconcejías. | | | | | | |
| G-11 | Captación de financiación para el desarrollo del PET de Valladolid 2021-2023. | | | | | | |

3. Evaluación de la ejecución del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2021-2023.

El Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2021-2023 se elaboró con la participación del sector turístico y los agentes de la ciudad para dar respuesta a los retos del turismo en la ciudad que se identificaron como claves y consensuar los aspectos relevantes de un Plan que se concibe como una "hoja de ruta" para (i) consolidar la gobernanza participativa y el posicionamiento alcanzado por Valladolid en el mercado turístico nacional e internacional (ii) mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector vallisoletano adecuando la promoción, comercialización y acogida a la digitalización, a los nuevos hábitos de consumo de la demanda y a la seguridad sanitaria (iii) promover nuevos productos y (iv) contribuir a la restauración y conservación del patrimonio cultural y ambiental.

En este sentido, el Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid es el instrumento que orienta la gestión y la promoción turística de la ciudad, priorizando los objetivos, las estrategias y las actuaciones durante su periodo de vigencia 2021-2023.

Para facilitar su gestión, se dotó al Plan Estratégico de Turismo de un Project Plan de las acciones definidas y de un sistema para el seguimiento de su ejecución, y el análisis del impacto sobre el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

En el presente documento se realiza la evolución final del grado de ejecución de las acciones propuestas en cada una de las líneas estratégicas que conforman el programa de actuación del Plan Estratégico de Turismo de Valladolid 2021-2023, siguiendo el mismo proceso metodológico que en las evaluaciones anteriores.

En este sentido, se ha analizado cada una de las acciones en función del calendario de ejecución previsto y se han mantenido reuniones de trabajo con la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid con el objetivo de recopilar la información necesaria en relación con los indicadores de desempeño de cada una de las acciones señaladas.

En conjunto, **el grado de ejecución del Plan Estratégico de Turismo de Valladolid 2021-2023 es del 95%**. En la siguiente tabla se observa la evolución anual de la ejecución del PET.

Tabla 1. Evolución del grado de ejecución de las líneas estratégicas del Plan Estratégico de Turismo de Valladolid (2021-2023)

| Líneas Estratégicas | Ejecución (%) | | |
|-------------------------------------|---------------|-----------|------------|
| | 2021 | 2022 | 2023 |
| Gobernanza | 25% | 71% | 89% |
| Sostenibilidad | 23% | 82% | 86% |
| Desarrollo de Productos | 27% | 89% | 98% |
| Promoción y Comercialización | 26% | 78% | 100% |
| TOTAL | 25% | 83 | 95% |

3.1 Evaluación por Líneas de actuación

Actuaciones Línea 1 Gobernanza.

El principal objetivo de esta línea estratégica es optimizar la gestión turística de la ciudad de Valladolid, promoviendo la participación de todos los agentes del sector, la coordinación entre las instituciones y entidades involucradas en el desarrollo del turismo en la ciudad y la colaboración entre el sector empresarial en la promoción y comercialización del destino turístico.

El gráfico 1 siguiente recoge el grado de ejecución en 2023 de las **11 actuaciones** de la Línea de Gobernanza, que se extrae de la valoración de los indicadores de seguimiento definidos en el Plan. En conjunto, se obtiene un porcentaje de ejecución del 89%, 18 puntos porcentuales más que en 2022.

Gráfico 1. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman la línea de Gobernanza



Fuente: Indicadores del sistema de seguimiento del PET. Elaboración propia.



Tabla 2. Evolución del grado de ejecución de la línea estratégica de Gobernanza (2021-2023)

| Actuaciones | Ejecución (%) | | |
|--|---------------|------------|------------|
| | 2021 | 2022 | 2023 |
| G-1. Valladolid. Destino Turístico Inteligente - Smart Destination | 50% | 80% | 100% |
| G-2. Sensibilización del Turismo en Valladolid-Anfitriones | 30% | 70% | 100% |
| G-3. Programa para la integración del sector turístico. | 30% | 75% | 100% |
| G-4. Implementación del SICTED y la Cultura del detalle en Valladolid | 20% | 60% | 100% |
| G-5. Señalización Turística Inteligente | 5% | 20% | 20% |
| G-6. Información Turística Inteligente - Chatbot | 25% | 100% | 100% |
| G-7. Impulso al Sistema de Inteligencia Turística de Valladolid | 30% | 60% | 100% |
| G-8. Programa de consolidación de prescriptores en destino | 10% | 80% | 100% |
| G-9. Impulso a la digitalización del sector turístico de Valladolid | 20% | 80% | 100% |
| G-10. Creación de una Comisión Interconcejalías para el desarrollo turístico de Valladolid | 20% | 60% | 60% |
| G-11. Captación de financiación para la ejecución del PET de Valladolid 2021-2023 | 30% | 100% | 100% |
| TOTAL GOBERNANZA | 25% | 71% | 89% |

Fuente: Indicadores del sistema de seguimiento del PET. Elaboración propia.

En relación con las acciones que no se han ejecutado completamente, la actuación G-5. *Señalización Turística Inteligente*, se ha incluido en el Plan de Sostenibilidad Turística de Valladolid, aprobado en 2022, y su ejecución está planificada dentro del período de ejecución del mismo.

En cuanto a la actuación G-10 Creación de la *Comisión Interconcejalías para el desarrollo turístico de Valladolid* se está abordando dentro del proyecto Destino Turístico Inteligente, y debido a los cambios producidos en el Ayuntamiento en la actualidad el proceso de creación se encuentra interrumpido.

En las tablas que siguen se señalan de manera sintética los trabajos realizados en cada una de las actuaciones de Gobernanza.

Cuadro 1. Síntesis del grado de ejecución del eje de Gobernanza en el periodo 2023

| Actuaciones | Ejecución (%) | Observaciones |
|--|---------------|---|
| G-1. Valladolid. Destino Turístico Inteligente - Smart Destination | 100% | <p>El objetivo principal de esta actuación era iniciar el proceso de implantación del Modelo Destino Turístico Inteligente que la Secretaria de Estado de Turismo desarrolla bajo la gestión de SEGITTUR. En concreto se determinaron los siguientes objetivos específicos 1) Elaboración del Diagnóstico DTI de Valladolid y 2) Realización del Plan de Actuación DTI de Valladolid. En diciembre de 2021 SEGITTUR elaboró el diagnóstico DTI de Valladolid, en el que Valladolid obtuvo una puntuación global de 55,2 (sobre 100). Tras esta tarea se elaboró en 2022 un Plan de Actuación DTI para acometer los trabajos necesarios para dar cumplimiento con la totalidad de los indicadores que conforman el modelo DTI.</p> <p>Por otro lado, se han realizado reuniones de trabajo con el Área de Innovación del Ayuntamiento de Valladolid que es la responsable del desarrollo del proyecto “Smart City”, y en el cual se alinea el proyecto de Destino Turístico Inteligente. En este sentido, se está elaborando un convenio de colaboración que incluye los siguientes proyectos: 1) Smart Office 2) Desarrollo de la plataforma de Turismo, que incluye SIT, Tarjeta Inteligente 3) Apoyo para el desarrollo de acciones de Innovación.</p> <p>Conforme, a los objetivos previstos en el Plan Estratégico de Turismo con respecto a esta actuación, se considera que su grado de cumplimiento es del 100%, si bien, será necesario seguir trabajando en la consolidación del modelo DTI.</p> |
| G-2. Sensibilización del Turismo en Valladolid-Anfitriones | 100% | <p>En relación con esta actuación el objetivo principal es sensibilizar a la población residente de Valladolid sobre el valor de sus recursos y atractivos a nivel social, cultural y económico, y en este sentido la importancia del turismo para el desarrollo de la ciudad. En esta línea durante los tres años de ejecución del Plan Estratégico se han realizado diversas actuaciones entre las que destacan: 1) Oferta de visitas guiadas para conocer el patrimonio cultural, la historia, los monumentos representativos y los recursos turísticos de la ciudad. 2) Celebración del concurso de tapas por barrios “Valladolid tapas walk”. Entre sus objetivos, está poner en valor el producto gastronómico de Valladolid entre sus residentes. 3) Organización y celebración del evento “Plaza Mayor del Vino”, un evento que además de ser un punto de encuentro de las cinco denominaciones de origen con presencia en la provincia de Valladolid, a través de sus bodegas, contribuye a impulsar el posicionamiento del enoturismo y la gastronomía de Valladolid no sólo a nivel turístico, sino también entre los propios residentes en la ciudad, favoreciendo un mayor y mejor conocimiento de los productos turísticos.</p> |



| Actuaciones | Ejecución (%) | Observaciones |
|---|---------------|--|
| G-3. Programa para la integración del sector turístico. | 100% | El objetivo de esta actuación es promover el aprovechamiento de sinergias y la colaboración entre las empresas turísticas de Valladolid con el fin de favorecer una mayor competitividad de los servicios y productos que ofrece el destino. Para ello la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid ha desarrollado en los años de ejecución del Plan Estratégico encuentros y eventos con el sector turístico de la ciudad entre los que destacan: 1) Reuniones profesionales con empresas relacionadas con el producto MICE. Estas reuniones se realizan con carácter trimestral. 2) Reuniones profesionales con los establecimientos hoteleros de Valladolid, con la colaboración de la Asociación de Hoteles de Valladolid, Las reuniones se realizan con un carácter mensual. 3) Reuniones profesionales con los establecimientos de hostelería, con la colaboración de la Asociación de Empresarios de Hostelería de Valladolid. Las reuniones se realizan mensualmente. 4) Convenios con la Cámara de Comercio e Industria de Valladolid y con la CEOE para el desarrollo de actividades relacionadas con el turismo en Valladolid. En el marco de ambos convenios se han realizado acciones en las que han participado las empresas turísticas del destino. |
| G-4. Implementación del SICTED y la Cultura del detalle en Valladolid | 100% | El objetivo de esta actuación es la puesta en marcha del SICTED en Valladolid. Con este propósito, y tras la adhesión al programa, la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid ha firmado un convenio con la Cámara de Comercio e Industria de Valladolid mediante el cual se formaliza la colaboración entre ambas entidades en relación con el proyecto SICTED. La Cámara de Comercio de Valladolid es la responsable de la gestión del proyecto SICTED en Valladolid, encargándose del conjunto de actividades y tareas que conlleva la implantación y seguimiento del programa. En este sentido, la Cámara ha designado una persona responsable del proyecto, ha incorporado al equipo a dos técnicos más. Todos ellos han realizado la formación que les acredita como gestores y formadores SICTED, y se han iniciado los contactos con los agentes turísticos para iniciar el proceso de adhesión de empresas. |
| G-5. Señalización Turística Inteligente | 20% | Se ha iniciado la actuación con la redacción del pliego de prescripciones técnicas que regirá la convocatoria del concurso público para la elaboración del Plan de Señalización Turística Inteligente de la ciudad de Valladolid. <u>Esta actuación se encuentra dentro del PSTD de Valladolid.</u> |



| Actuaciones | Ejecución (%) | Observaciones |
|---|---------------|---|
| G-6. Información Turística Inteligente - Chatbot | 100% | La acción se ha desarrollado y la web Info.Valladolid ya cuenta con un Chatbot que atiende preguntas relacionadas con el turismo en la ciudad. https://www.info.valladolid.es/es/inicio |
| G-7. Impulso al Sistema de Inteligencia Turística de Valladolid | 100% | Se continúa con la gestión del Observatorio Turístico de Valladolid habiéndose desarrollado las siguientes acciones: (1) Realización de las operaciones de encuestación del Observatorio, tanto a la demanda turística, como en relación con la demanda segmentada por los productos de Valladolid (MICE, Enogastronomía, e Idiomático). (2) Se ha incorporado al observatorio el análisis de la información que de la ciudad de Valladolid se publica en las RR.SS. (3) Se está avanzando en el proyecto de modernización del Observatorio a través de los avances que se generen en el proyecto S2CITY. (4) El Ayuntamiento de Valladolid ha recibido la aprobación del proyecto presentado a la convocatoria del programa de Transformación Digital y Modernización de entidades locales adheridas a la Red DTI, que gestionará SEGITTUR, en el cual se incluye la acción de desarrollar el Sistema de Inteligencia Turístico de Valladolid. En breve se sacará a concurso la contratación de esta actuación, dentro del presente año 20223. |
| G-8. Programa de consolidación de prescriptores en destino | 100% | El objetivo de esta actuación es mejorar el conocimiento de los recursos y atractivos de Valladolid entre el personal de contacto de las empresas turísticas de Valladolid, con el propósito de mejorar la experiencia turística en el destino. Para ello, se han realizado durante los años de ejecución del Plan Estratégico las siguientes actuaciones: 1) Organización y realización de visitas a los recursos turísticos de la ciudad, con personal de las empresas turísticas. 2) Edición y suministro a las empresas turísticas de Valladolid de una Guía de Turismo y Cultura de Valladolid (https://www.info.valladolid.es/documents/20147/0/Gu%C3%ADa%20de%20turismo%20y%20cultura%20en%20Valladolid/974a6715-62dc-87ca-9d90-818f106ba3d8?version=1.0&download=true) 3) Actualización y envío de la Agenda de eventos de Valladolid. |



| Actuaciones | Ejecución (%) | Observaciones |
|--|---------------|--|
| G-9. Impulso a la digitalización del sector turístico de Valladolid | 100% | El objetivo principal de esta actuación es impulsar la digitalización del sector turístico de Valladolid. En esta línea se han desarrollado en el período de ejecución del Plan Estratégico de Turismo las siguientes acciones: 1) Convocatoria por parte del Ayuntamiento de Valladolid de un programa de ayudas para la digitalización de empresas y autónomos. 2) Convocatoria de ayudas para impulsar la digitalización de las empresas y entidades relacionadas con el turismo idiomático en Valladolid. Estas ayudas se han destinado principalmente para la mejora de las herramientas digitales, así como también para la promoción online. 3) El Ayuntamiento de Valladolid ha recibido la aprobación del proyecto presentado a la convocatoria del programa de Transformación Digital y Modernización de entidades locales adheridas a la Red DTI, que gestionará SEGITTUR, en el que se incluyen acciones dirigidas a impulsar la digitalización del sector turístico de la ciudad. |
| G-10. Creación de una Comisión Interconcejalías para el desarrollo turístico de Valladolid | 60% | Se han desarrollado reuniones con los responsables de las áreas para la elaboración del cuestionario DTI, y se está en proceso de formalización de una Comisión Interconcejalías para el desarrollo turístico de Valladolid. Se ha elaborado un documento borrador con el reglamento de funcionamiento del Grupo de Trabajo Técnico Interáreas para el desarrollo de Valladolid DTI. Los cambios producidos en el Ayuntamiento han pospuesto la creación de esta Comisión. |
| G-11. Captación de financiación para la ejecución del PET de Valladolid 2021-2023 | 100% | En mayo de 2021 el Ayuntamiento de Valladolid elaboró una memoria para participar en la convocatoria ordinaria de los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos. En septiembre se elaboró y presentó una nueva memoria para participar en la convocatoria extraordinaria de los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos. En 2022 se han presentado proyectos a la Convocatoria Extraordinaria de PSTD y a la Convocatoria Extraordinaria de Gastronomía. Ambos proyectos han sido incluidos dentro del Plan Territorial de Castilla y León, por un importe total de 9 millones de euros, aproximadamente. Por otro lado, en 2023 se ha recibido la aprobación del proyecto presentado, por el Ayuntamiento de Valladolid, a la convocatoria del programa de Transformación Digital y Modernización de entidades locales adheridas a la Red DTI, que gestionará SEGITTUR. |

Actuaciones Línea 2. Sostenibilidad

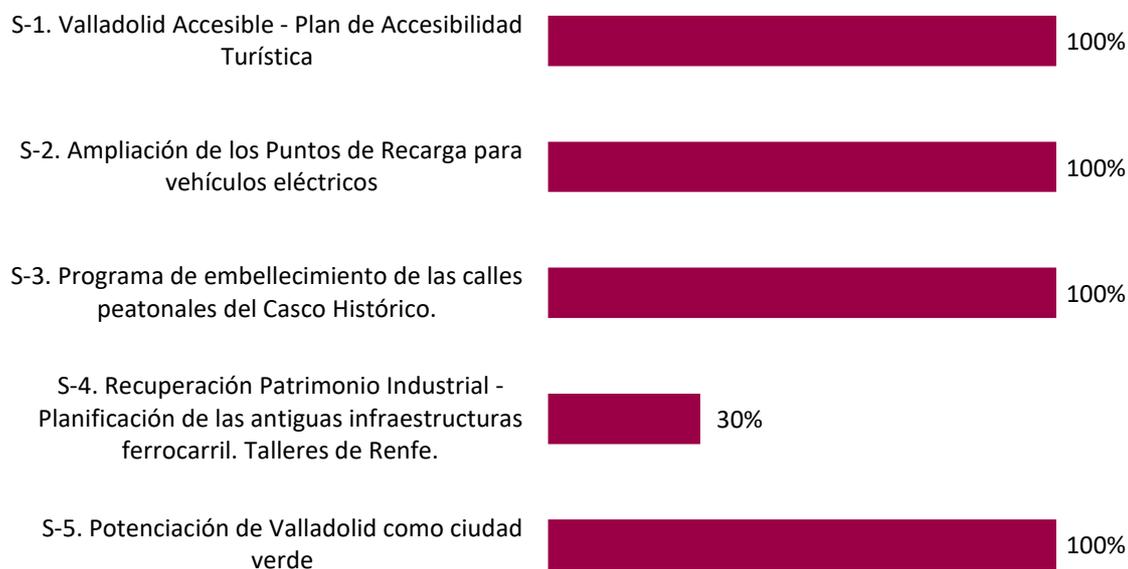
La estrategia de desarrollo turístico ha de estar orientada a actuar sobre los factores que inciden de manera directa en la sostenibilidad de la ciudad, contribuyendo a generar un espacio con mayor calidad de vida para los residentes, al tiempo que propicie una mayor calidad de la experiencia turística para sus visitantes.

En este sentido esta línea estratégica tiene como principales objetivos:

- Promover la accesibilidad universal en la ciudad de Valladolid.
- Impulsar el desarrollo del modelo de movilidad sostenible recogido en el Plan Integral de Movilidad Urbana Sostenible y Segura de la ciudad de Valladolid, favoreciendo el uso de vehículos eléctricos.
- Poner en valor el Casco Histórico de la ciudad de Valladolid favoreciendo su desarrollo comercial y turístico.
- Promover la restauración de espacios urbanos degradados de interés cultural y/o patrimonial, contribuyendo a la cohesión urbana y a la recuperación de ámbitos de convivencia ciudadana.

El gráfico 2 muestra el grado de ejecución de cada una de las **5 actuaciones vigentes** que conforman esta línea estratégica. En conjunto, se obtiene un porcentaje de ejecución del 86%.

Gráfico 2. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman la línea de Sostenibilidad



Fuente: Indicadores del sistema de seguimiento del PET. Elaboración propia.



Tabla 3. Evolución del grado de ejecución de la línea estratégica de Sostenibilidad (2021-2023)

| Actuaciones | Ejecución (%) | | |
|--|---------------|------------|------------|
| | 2021 | 2022 | 2023 |
| S-1. Valladolid Accesible - Plan de Accesibilidad Turística | 35% | 80% | 100% |
| S-2. Ampliación de los Puntos de Recarga para vehículos eléctricos | 0% | 100% | 100% |
| S-3. Programa de embellecimiento de las calles peatonales del Casco Histórico. | 30% | 100% | 100% |
| S-4. Recuperación Patrimonio Industrial - Planificación de las antiguas infraestructuras ferrocarril. Talleres de Renfe. | 10% | 30% | 30% |
| S-5. Potenciación de Valladolid como ciudad verde | 40% | 100% | 100% |
| TOTAL SOSTENIBILIDAD | 23% | 82% | 86% |

Fuente: Indicadores del sistema de seguimiento del PET. Elaboración propia.

En relación con las acciones que no se han ejecutado completamente, la actuación S-4. *Recuperación Patrimonio Industrial - Planificación de las antiguas infraestructuras ferrocarril. Talleres de Renfe*, se ha incluido en el Plan de Sostenibilidad Turística de Valladolid, aprobado en 2022, y su ejecución está planificada dentro del período de ejecución del mismo, habiendo salido ya a licitación su contrato.

En la tabla que sigue se señalan de manera sintética los trabajos realizados en cada una de las actuaciones de Sostenibilidad.

Cuadro 2. Síntesis del grado de ejecución del eje de Sostenibilidad en el periodo 2023.

| Actuaciones | Ejecución (%) | Observaciones |
|--|---------------|---|
| S-1. Valladolid Accesible - Plan de Accesibilidad Turística | 100% | <p>El objetivo de esta actuación es impulsar la accesibilidad de los servicios y recursos turísticos de Valladolid, para lo que se han desarrollado las siguientes acciones en el período de ejecución del Plan Estratégico: (1) Mejora de la accesibilidad universal en el servicio de Información Turística de Valladolid, (2) Mejora de la accesibilidad a la web turística de Valladolid (AA), (3) Impartición de jornadas de sensibilización y formación al personal del servicio de Información Turística de Valladolid. (4) Realización de visitas guiadas siguiendo las directrices y objetivos del Plan Municipal de Accesibilidad, sostenible, de inclusión, e igualdad, realizadas en colaboración con las siguientes entidades: C.A.I. (Centro de Atención al Inmigrante), Servicio Municipal de Igualdad e Infancia y de Participación Ciudadana, Cruz Roja. (4) Ejecución del II Plan Municipal de Accesibilidad 2019-2023, y en el que se han llevado a cabo actuaciones relacionadas con la accesibilidad en el Casco Histórico de Valladolid y en algunos de sus más importantes recursos turísticos de la ciudad.</p> |
| S-2. Ampliación de los Puntos de Recarga para vehículos eléctricos | 100% | <p>El objetivo de esta acción es impulsar el incremento de la infraestructura de recarga de acceso y uso público para favorecer el uso de vehículos propulsados por energía eléctrica, contribuyendo a la transformación de la ciudad en un espacio limpio con una elevada calidad de vida para sus residentes, y en un destino que proporciona una experiencia turística memorable.</p> <p>La red municipal cuenta ya con 25 estaciones de recarga para vehículos eléctricos. Durante 2022 el Ayuntamiento de Valladolid ha inaugurado 2 nuevas estaciones de recarga rápida. Cada estación cuenta con tres equipos y cuatro plazas de estacionamiento en exclusiva que permitirán la recarga en treinta minutos.</p> |



| Actuaciones | Ejecución (%) | Observaciones |
|--|---------------|---|
| S-3. Programa de embellecimiento de las calles peatonales del Casco Histórico. | 100% | Durante el período de ejecución del Plan Estratégico se ha continuado con la peatonalización y embellecimiento del Centro Histórico de Valladolid. Entre las acciones desarrolladas en este sentido, caben destacar: 1) La participación de la ciudad de Valladolid en el proyecto URBAN GreenUP, financiado por la UE, que ha contribuido al embellecimiento y renaturalización de la ciudad mediante el desarrollo de "jardines verticales en espacios emblemáticos de Valladolid. El proyecto se ha extendido desde 2017 a 2022. 2) el proyecto "Distrito Vertical" que ha favorecido la restauración y embellecimiento de fachadas a través del arte urbano. 3) las obras de peatonalización en el Centro Histórico de Valladolid que ha permitido mejorar la movilidad peatonal de turistas y residentes. |
| S-4. Recuperación Patrimonio Industrial - Planificación de las antiguas infraestructuras ferrocarril. Talleres de Renfe. | 30% | La ejecución de esta acción está prevista a partir de 2023, no obstante <u>el estudio previo se ha incluido entre las actuaciones que conforman el Plan de Sostenibilidad Turística de Destinos que ha sido aprobado, e iniciará su ejecución en 2023.</u> |
| S-5. Potenciación de Valladolid como ciudad verde | 100% | El ayuntamiento de Valladolid, a través del área de medio ambiente y desarrollo sostenible ha desarrollado un conjunto de acciones enfocadas a impulsar el carácter verde y sostenible de la ciudad. Entre estas cabe destacar: (1) Inicio del proceso de debate social para la redacción de la Agenda Urbana 2030. (2) Elaboración del Plan Director de Arbolado. (3) Creación de nuevas áreas verdes en la ciudad -Bosque de Santa Ana, proyecto "un bosque más". (4) Desarrollo de campañas de sensibilización sobre el reciclaje de residuos. (5) Elaboración y presentación del Plan de Mejora de la Calidad del Aire. Todo este proceso se ha completado con el desarrollo y publicación de la Agenda 2030 de la ciudad de Valladolid, la cual se ha elaborado siguiendo un amplio proceso participativo con el conjunto de agentes sociales y económicos de la ciudad. |

Actuaciones Línea 3. Desarrollo de productos y ofertas turísticas

Esta línea estratégica está dirigida a mejorar la orientación al mercado de los productos turísticos actuales de la ciudad de Valladolid, adecuando sus componentes a las tendencias actuales de la demanda turística; así como también a la creación de nuevos productos experienciales que contribuyan al posicionamiento de Valladolid en nuevos mercados y segmentos turísticos.

Los objetivos de este programa son:

- Impulsar la adecuación al mercado de los productos turísticos de la ciudad de Valladolid.
- Poner en valor los recursos y atractivos de la ciudad de Valladolid contribuyendo a su configuración como productos turísticos a integrar en las ofertas de la ciudad.
- Promover el desarrollo de nuevos productos turísticos en el marco de la colaboración entre el sector turístico.
- Fomentar el desarrollo de una oferta turística diferenciada que proporcionen al turista la posibilidad de disfrutar de experiencias singulares y memorables.

El gráfico 3 muestra el grado de ejecución de cada una de las **9 actuaciones** programa Desarrollo de Producto, que se extrae de la valoración de los indicadores de seguimiento definidos en el Plan. En conjunto, se obtiene un porcentaje de ejecución del 98%.

Gráfico 3. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman la línea de Desarrollo de Productos



Fuente: Indicadores del sistema de seguimiento del PET. Elaboración propia.



Tabla 4. Evolución del grado de ejecución de la línea estratégica de Desarrollo de Producto (2021-2023)

| Actuaciones | Ejecución (%) | | |
|---|---------------|------------|------------|
| | 2021 | 2022 | 2023 |
| DP-1. Impulso al turismo idiomático. Aulas Informáticas para el aprendizaje del español | 30% | 80% | 100% |
| DP-2. Fomento del enogastroturismo. Creación del Centro de la Cultura del Vino de Valladolid | 35% | 80% | 100% |
| DP-3. Puesta en valor turístico del Canal de Castilla y del Canal del Duero | 0% | 80% | 100% |
| DP-4. Puesta en valor de los Recursos Arqueológicos de Valladolid: Monasterio San Benito-Río Esgueva. | 15% | 100% | 100% |
| DP-5. Centro de Documentación e Interpretación del festival SEMINCI | 50% | 100% | 100% |
| DP-6. Diseño y desarrollo de experiencias turísticas | 25% | 80% | 100% |
| DP-7. Adaptación del producto MICE a las tendencias actuales del mercado | 30% | 80% | 100% |
| DP-8 Desarrollo del producto Escapadas - CITY BREAK | 25% | 100% | 80% |
| DP-9 Vinculación con destinos y recursos del entorno del área de influencia de Valladolid | 30% | 100% | 100% |
| TOTAL DESARROLLO DE PRODUCTOS | 27% | 89% | 98% |

Fuente: Indicadores del sistema de seguimiento del PET. Elaboración propia.

En las tablas que siguen se señalan de manera sintética los trabajos realizados en cada una de las actuaciones de Desarrollo de Producto.

Cuadro 3. Síntesis del grado de ejecución del eje de Desarrollo de Producto en el periodo 2023

| Actuaciones | Ejecución (%) | Observaciones |
|--|---------------|---|
| DP-1. Impulso al turismo idiomático. Aulas Informáticas para el aprendizaje del español | 100% | El objetivo de esta actuación es incrementar la competitividad de las empresas miembros del club de producto de turismo idiomático, mediante el impulso a su digitalización. En este sentido, la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid ha desarrollado las siguientes acciones: (1) Implementación de ayudas para mejorar los procesos de digitalización de las empresas y entidades relacionadas con el producto "turismo idiomático". (2) Impulso a la digitalización de las entidades relacionadas con el turismo idiomático, a través de las ayudas del Ayuntamiento a la digitalización de Pymes y autónomos. (3) Acciones de promoción de la oferta de turismo idiomático, mediante la asistencia a Ferias y con acciones directas e inversas. |
| DP-2. Fomento del enogastroturismo. Creación del Centro de la Cultura del Vino de Valladolid | 100% | Este proyecto forma parte de las actuaciones incluidas en el Plan de Sostenibilidad Turística de Valladolid aprobado en 2022, y en 2023 se ha sacado a concurso público el proyecto para su adjudicación y ejecución. |
| DP-3. Puesta en valor turístico del Canal de Castilla y del Canal del Duero | 100% | El objetivo del proyecto impulsar la puesta en valor turístico de las infraestructuras hidráulicas históricas ubicadas en el término municipal de Valladolid. En esta línea, la Confederación Hidrográfica del Duero ha desarrollado acciones de restauración y recuperación de la histórica Dársena del Canal de Castilla. Esta actuación forma parte de una intervención más completa en el entorno del Canal de Castilla, que se llevará a cabo a partir de 2023, cuando está previsto el inicio de la siguiente fase de intervención, que permitirá abrir al paso de peatones la margen derecha. De esta manera se pretende que el Canal de Castilla se integre en el entorno urbano con la peatonalización de ambas márgenes, lo que facilitará su disfrute por residentes y turistas. |



| Actuaciones | Ejecución (%) | Observaciones |
|---|---------------|--|
| DP-4. Puesta en valor de los Recursos Arqueológicos de Valladolid: Monasterio San Benito-Río Esgueva. | 100% | En relación con el planteamiento inicial de esta actuación, tras el estudio realizado por los técnicos municipales del área de medioambiente y desarrollo sostenible, y siguiendo sus recomendaciones, se ha modificado el proyecto inicial. En este sentido, el proyecto se ha redirigido a la puesta en valor del Monasterio y sus recursos arqueológicos. Tras la consolidación y restauración de la zona se ha diseñado una Ruta por las Bóvedas del Esgueva, a la que se accede desde la antigua sala de exposiciones de San Benito descubriendo los restos del Alcazarejo, la fortificación medieval que sirvió de defensa de la ciudad desde el siglo XIII. |
| DP-5. Centro de Documentación e Interpretación del festival SEMINCI | 100% | Valladolid, City of Film ha desarrollado el "Espacio Seminci", un centro de interpretación y documentación de la Semana Internacional de Cine de Valladolid (Seminci) que puede visitarse en el Teatro Calderón, sede del festival. https://valladolidcityoffilm.com/valladolid-inaugura-espacio-seminci/ . |
| DP-6. Diseño y desarrollo de experiencias turísticas | 100% | El objetivo principal de esta acción es el diseño de ofertas de experiencias paquetizadas comercializables dirigidas tanto al turista como a los intermediarios del sector. Estas ofertas estarán vinculadas a los productos de la ciudad de Valladolid, trasladando al mercado una oferta más diversa y atractiva. En este sentido, se han realizado las siguientes actuaciones: (1) diseño de propuestas de visita a Valladolid con diferentes tiempos de duración. (2) elaboración de experiencias en los productos de Congresos y Enogastronomía. (3) diseño de ofertas en el marco de los Clubes de Producto Ciudades AVE y Saborea España. |



| Actuaciones | Ejecución (%) | Observaciones |
|---|---------------|---|
| DP-7. Adaptación del producto MICE a las tendencias actuales del mercado | 100% | El objetivo de esta actuación es impulsar la adaptación de la oferta MICE de la ciudad de Valladolid a las actuales tendencias del mercado, determinadas por el avance de la digitalización y la combinación de las fórmulas presenciales y virtuales. Con respecto a este propósito la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid se ha trabajado en promover entre el sector MICE de la ciudad la modernización de la oferta, lo cual se ha abordado en dos de los principales actores del destino en este segmento, la Feria de Valladolid y el Centro Cultural Miguel Delibes. Así mismo, la Oficina de Congresos de Valladolid ha elaborado y difundido entre sus asociados un documento con Recomendaciones para adecuar la oferta MICE a las actuales condiciones del mercado, coherente con los protocolos de seguridad e higiene, así como a las tendencias actuales de la demanda. |
| DP-8 Desarrollo del producto Escapadas - CITY BREAK | 80% | Se han desarrollado propuestas "Valladolid en 2 o 3 días " (https://www.info.valladolid.es/es/valladolid-en-1-2-o-3-dias). También en la categoría "Que ver en Valladolid" del Blog de Cultura y Turismo se han publicado propuestas de escapadas en relación con las principales festividades y etapas vacacionales del año. |
| DP-9 Vinculación con destinos y recursos del entorno del área de influencia de Valladolid | 100% | En este período, y con respecto a esta actuación se han firmado acuerdos con algunas de las Rutas del Vino de Valladolid (Cigales, Ribera del Duero y Rueda) con el propósito de desarrollar productos combinados con la ciudad de Valladolid. |



Actuaciones Línea 4. Promoción y comercialización

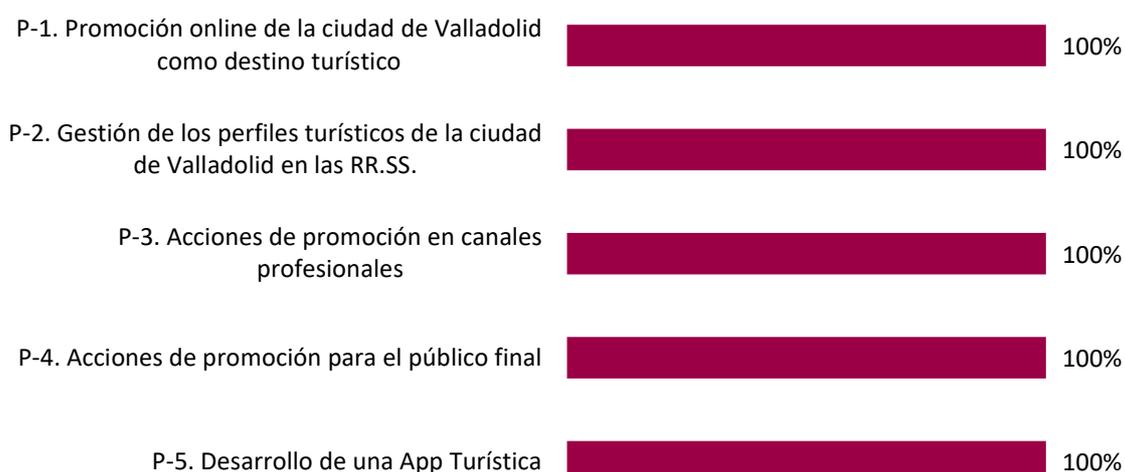
El principal propósito de esta línea estratégica es incrementar la notoriedad y el posicionamiento turístico de la ciudad de Valladolid y facilitar la comercialización de los productos que conforman su oferta turística.

Para ello el Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2021-2023 contempla un conjunto de acciones para la consecución de los siguientes objetivos:

- Desarrollar un programa de promoción online de la ciudad de Valladolid.
- Adaptar la promoción turística de la ciudad a las tendencias actuales del mercado, contribuyendo a incrementar la eficacia de las acciones de comunicación, la notoriedad y su posicionamiento.
- Situar la imagen turística de la ciudad en mercados estratégicos, posicionándola de manera coordinada con la marca Castilla y León y la marca España en mercados internacionales de alto potencial y mercados complementarios; destacando aquellos atributos que definen y singularizan la ciudad de Valladolid.
- Atraer nuevos visitantes mediante el desarrollo de estrategias segmentadas enfocadas a transmitir experiencias y a la creación de relaciones emocionales con el destino.

El gráfico 4 muestra el grado de ejecución de cada una de las **5 actuaciones vigentes** de la Línea de Promoción y Comercialización, el cual se extrae de la valoración de los indicadores de seguimiento definidos en el Plan para el periodo en cuestión.

Gráfico 4. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman la línea de Promoción y Comercialización



Fuente: Indicadores del sistema de seguimiento del PET. Elaboración propia.

Tabla 5. Evolución del grado de ejecución de la línea estratégica de Promoción y Comercialización (2021-2023)

| Actuaciones | Ejecución (%) | | |
|--|---------------|------------|-------------|
| | 2021 | 2022 | 2023 |
| P-1. Promoción online de la ciudad de Valladolid como destino turístico | 25% | 80% | 100% |
| P-2. Gestión de los perfiles turísticos de la ciudad de Valladolid en las RR.SS. | 30% | 90% | 100% |
| P-3. Acciones de promoción en canales profesionales | 35% | 90% | 100% |
| P-4. Acciones de promoción para el público final | 30% | 80% | 100% |
| P-5. Desarrollo de una App Turística | 10% | 50% | 100% |
| TOTAL PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN | 26% | 78% | 100% |

Fuente: Indicadores del sistema de seguimiento del PET. Elaboración propia.

En la siguiente tabla se señalan de manera sintética los trabajos realizados en cada una de las actuaciones de Promoción y Comercialización.

Cuadro 4. Síntesis del grado de ejecución del eje de Promoción y Comercialización en el periodo 2023

| Actuaciones | Ejecución (%) | Observaciones |
|--|---------------|--|
| P-1. Promoción online de la ciudad de Valladolid como destino turístico | 100% | El Ayuntamiento de Valladolid ha recibido la aprobación del proyecto presentado a la convocatoria del programa de Transformación Digital y Modernización de entidades locales adheridas a la Red DTI, que gestionará SEGITTUR, en el cual se incluye la acción de <i>Mejora de la Web Turística de Valladolid</i> , esta actuación ya ha salido a licitación para su ejecución durante 2023. Por otro lado, el área de turismo cuenta con un equipo que monitoriza de manera permanente la reputación online de la ciudad a través del análisis de navegación en la web y de las publicaciones en las RR.SS. |
| P-2. Gestión de los perfiles turísticos de la ciudad de Valladolid en las RR.SS. | 100% | El Ayuntamiento de Valladolid cuenta con una asistencia externa para la gestión de los perfiles turísticos de la ciudad de Valladolid en las RR.SS. (Twitter, Facebook, Instagram). Así mismo, dadas las características tan particulares del producto MICE, se ha procedido a la contratación de una empresa específica para los perfiles en RR.SS. de la Oficina de Congresos de Valladolid. |
| P-3. Acciones de promoción en canales profesionales | 100% | El objetivo de la actuación es mejorar la posición de Valladolid introduciéndola en más canales comerciales. En este sentido, la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid ha venido firmando convenios con Agencias de Viajes Online y Offline para comercializar productos y experiencias. En concreto, durante el período de vigencia del Plan Estratégico se han firmado convenios de promoción y comercialización con Civitatis, Viajes el Corte Inglés, Viajes Globus, y Viajes Reina. |



| Actuaciones | Ejecución (%) | Observaciones |
|--|---------------|--|
| P-4. Acciones de promoción para el público final | 100% | <p>En 2021 se realizaron presentaciones y workshops en relación con el producto MICE en: Madrid, Barcelona, Sevilla, y Jaen. En relación con el producto Turismo Cultural en Palma de Mallorca. Y en relación con el producto Film Office en Sevilla. Así mismo, la ciudad de Valladolid ha estado presente en FITUR, también en los días dedicados a público final.</p> <ul style="list-style-type: none">• En 2022 se han realizado presentaciones y workshops por producto en diferentes mercados objetivo, y entre los que cabe destacar, en relación con el producto MICE en Madrid, Barcelona, Andalucía, Castilla y León y zona norte. En relación con el producto Turismo Cultural en: Palma de Mallorca. Y en relación con el producto Film Office en Sevilla, Canarias, Cataluña. Así mismo, la ciudad de Valladolid ha estado presente en FITUR, también en los días dedicados a público final. En cuanto a las acciones en mercados internacionales destaca la presencia en Lisboa (MICE y Turismo Idiomático), Dublín (MICE y Saborea España), Argentina e India (Film Office).• En 2023 se han realizado presentaciones y workshops por producto en diferentes mercados objetivo, y entre los que cabe destacar, en relación con el producto MICE en Granada, Sevilla, Barcelona, Madrid, San Sebastian. Y en relación con el producto Film Office en San Sebastian, La Coruña, Madrid, Málaga. Así mismo, la ciudad de Valladolid ha estado presente en FITUR |
| P-5. Desarrollo de una App Turística | 100% | La ejecución de esta actuación está dentro de la licitación que el Ayuntamiento de Valladolid ha sacado para la Mejora de la Web turística, dentro de la ayuda concedida por SEGITUR dentro del programa de Transformación Digital y Modernización de entidades locales adheridas a la Red DTI. |



4. Cuadro de Mando Turístico de la ciudad de Valladolid

| Área /Indicador | Medio | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | VAR (%) 2023/2020 |
|---|--|--------------|---------------|---------------|-------------|------------------------|
| A. Gestión turística de la ciudad de Valladolid. | | | | | | |
| A.1. Presupuesto de la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid. | Presupuesto | 2.934.000 € | 3.176.520 € | 4.422.037 € | 5.444.008 € | 85,55% |
| A.2. Impacto del turismo en la economía de la ciudad de Valladolid Total. | Estudio de Impacto | 98.747.212 € | 220.647.387 € | 297.823.558 € | | 201,60% ⁽¹⁾ |
| A.3. PIB Turístico de la ciudad de Valladolid | Estudio de Impacto | 55.335.350 € | 123.110.328 € | 165.974.065 € | | 199,94% ⁽¹⁾ |
| A.4. Satisfacción de los turistas con respecto a su experiencia global en la ciudad de Valladolid. (sobre una escala de 1 a 10) | Encuesta a la demanda | 7,36 puntos | 7,74 puntos | 8,02 puntos | 8,10 puntos | 10,05% |
| B. Competitividad de la oferta turística de la ciudad de Valladolid. | | | | | | |
| B.1 Capacidad de la oferta de alojamiento hotelero. | E.O.H. | 3.025 pax | 3.455 pax | 3.758 pax | 3.739 pax | 23,60% |
| B.2 % de ocupación en establecimientos hoteleros, por plaza. | E.O.H. | 27,51% | 38,97% | 49,79% | 52,97% | 92,55% |
| B.3. % de ocupación en establecimientos hoteleros, por plaza y en fin de semana. | E.O.H. | 35,42% | 49,32% | 66,31% | 66,29% | 87,15% |
| B.4. RevPar (ingreso medio por habitación disponible). | Barómetro de Rentabilidad de Destinos Turísticos | 20,90 € | 26,10 € | 38,10 € | 46,20 € | 121,05% |
| B.5. ADR (precio medio de venta por habitación). | Barómetro de Rentabilidad de Destinos Turísticos | 58,30 € | 60,20 € | 64,60 € | 71,72 € | 23,02% |



| Área /Indicador | Medio | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | VAR (%) 2023/2020 |
|--|-----------------------|---------|----------|----------|----------|----------------------|
| C. Demanda turística. | | | | | | |
| C.1. Turistas alojados en establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid (total) | E.O.H. | 155.502 | 294.890 | 409.854 | 423.756 | 172,51% |
| C.2. Turistas Residentes en España alojados en establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid. | E.O.H. | 132.744 | 253.206 | 328.091 | 336.361 | 153,39% |
| C.3. Turistas Residentes en el Extranjero alojados en establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid. | E.O.H. | 22.758 | 41.684 | 81.763 | 87.395 | 284,02% |
| C.4. Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid (total) | E.O.H. | 256.303 | 495.182 | 690.447 | 729.675 | 184,69% |
| C.5. Pernoctaciones de Residentes en España en establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid. | E.O.H. | 215.684 | 425.145 | 552.044 | 587.099 | 172,20% |
| C.6. Pernoctaciones de Residentes en el Extranjero en establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid. | E.O.H. | 40.619 | 70.037 | 138.403 | 142.576 | 251,01% |
| C.7. Estancia media de los turistas alojados en establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid. (días) | E.O.H. | 1,66 | 1,68 | 1,69 | 1,73 | 4,22% |
| C.8. Estancia media de los turistas Residentes en España alojados en establecimientos hoteleros de Valladolid. (días) | E.O.H. | 1,63 | 1,68 | 1,7 | 1,75 | 7,36% |
| C.9. Estancia media de los turistas Residentes en el Extranjero alojados en establecimientos hoteleros de Valladolid. (días) | E.O.H. | 1,79 | 1,68 | 1,66 | 1,63 | -8,94% |
| C.10. Gasto medio por turista/día en la ciudad de Valladolid. | Encuesta a la demanda | 95,62 | 100,13 € | 126,44 € | 112,66 € | 17,82% |

(1) La tasa de variación de estos dos indicadores es del 2022 con respecto al 2020 (aún no se dispone de los datos correspondientes a 2023).

Índice de cuadros y gráficos.

Índice de Tablas

| | |
|---|----|
| <i>Tabla 1. Evolución del grado de ejecución de las líneas estratégicas del Plan Estratégico de Turismo de Valladolid (2021-2023)</i> | 6 |
| <i>Tabla 2. Evolución del grado de ejecución de la línea estratégica de Gobernanza (2021-2023)</i> .. | 8 |
| <i>Tabla 3. Evolución del grado de ejecución de la línea estratégica de Sostenibilidad (2021-2023)</i> | 14 |
| <i>Tabla 4. Evolución del grado de ejecución de la línea estratégica de Desarrollo de Producto (2021-2023)</i> | 18 |
| <i>Tabla 4. Evolución del grado de ejecución de la línea estratégica de Promoción y Comercialización (2021-2023)</i> | 23 |

Índice de gráficos

| | |
|--|----|
| <i>Gráfico 1. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman la línea de Gobernanza</i> ____ | 7 |
| <i>Gráfico 2. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman la línea de Sostenibilidad</i> __ | 13 |
| <i>Gráfico 3. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman la línea de Desarrollo de Productos</i> _____ | 17 |
| <i>Gráfico 4. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman la línea de Promoción y Comercialización</i> _____ | 22 |



Ayuntamiento de **Valladolid**



tmr
tmr experience



Ayuntamiento de
Valladolid



ANEXO IV

**Evaluación de la ejecución del Plan de
Acción DTI de Valladolid**

2022-2023



Ayuntamiento de Valladolid

Índice

| | |
|---|----|
| 1. Introducción | 2 |
| 2. Diagnóstico DTI de Valladolid..... | 4 |
| 3. Plan de Acción Valladolid DTI 2022-2023..... | 15 |



1. Introducción

El turismo es uno de los fenómenos económicos y sociales más importantes del mundo y así lo reflejan las cifras que recogen cada año los principales indicadores turísticos. Sin embargo, las transformaciones constantes del entorno económico mundial, los cambios demográficos, medioambientales y, fundamentalmente, los rápidos avances tecnológicos, suponen para los destinos turísticos múltiples retos, a la vez que ofrecen grandes oportunidades de desarrollo.

A todos ellos se añaden cuestiones que están presentes desde hace décadas en la gestión turística como la estacionalidad, la redistribución de flujos o la movilidad, y se incorporan a esta lista aspectos que han pasado a ser prioridades, la participación de la ciudadanía en las decisiones y la concertación público-privada. En este escenario, el shock que ha supuesto la crisis originada por la pandemia de la COVID-19 significa un punto de inflexión en muchos de estos retos.

Por otro lado, la transformación digital ha pasado a ser esencial para garantizar la seguridad, el análisis de datos o la escucha activa de nuevas necesidades y tendencias. Avanzar en digitalización y en potenciar la innovación son ya una necesidad, unidas a la formación, para garantizar la recuperación y la continuidad de la actividad turística, independientemente del tamaño o la experiencia de los destinos.

En ese sentido, con el objetivo de facilitar a los destinos todo ese proceso y proveerles de una herramienta para la mejora continua que permita el desarrollo de un modelo turístico sostenible en el largo plazo y en todas sus vertientes (socio-cultural, medio ambiental y económica) nace el proyecto **Destino Turístico Inteligente** (DTI). Esta iniciativa, surgida del Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015, ha sido y es una de las grandes apuestas de la Secretaría de Estado de Turismo del gobierno de España. En todo este proceso, SEGITTUR ejerce de gestor e impulsor de la metodología y de su aplicación, además busca generar valor a través de distintos proyectos derivados de su puesta en marcha, como la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, de la cual forma parte la ciudad de Valladolid desde 2019.

La ciudad de Valladolid, por otro lado, ha venido desarrollando un importante papel en el escenario nacional e internacional de las *Smart Cities* siendo socio fundador de la Red de Ciudades Inteligentes de España (RECI) compuesta ya por 60 ciudades. La ciudad cuenta con experiencia y liderazgo en iniciativas “Smart” que, en esencia tratan de mejorar la calidad de vida y el desarrollo social en las ciudades¹ e impulsar la creación de un tejido económico de alto valor añadido, apostando por industrias innovadoras y el uso de las TICs como es el caso de la industria turística.

En este contexto, el Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2016-2019 establece el modelo DTI como marco de la estrategia turística de la ciudad de Valladolid, proponiendo la adhesión a la Red DTI, y la implantación de la metodología para la transformación de Valladolid en un Destino Turístico Inteligente.

¹ Hay que pasar de la Smart City a la Human City porque la forma más inteligente de hacer inteligente una ciudad, es hacerla más humana. Cita de Oscar Puente, alcalde de Valladolid. Conferencia sobre Smart Cities del Foro Nueva Economía (Madrid, 19/01/2016)

Con este objetivo, y previa firma de un convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Valladolid y SEGITTUR, esta entidad inició el proceso de implantación de la metodología DTI, conforme se describe en el siguiente gráfico.

Gráfico 1. Metodología DTI.



Fuente: SEGITTUR.

Así, en un primer paso, se procedió a la elaboración de un diagnóstico del destino según el grado de cumplimiento de los requisitos que contempla la metodología por ejes, para lo que SEGITTUR analizó en profundidad la información solicitada al Ayuntamiento de Valladolid a través de cuestionarios por eje. Para la evaluación de requisitos se ha trabajado sobre una batería de más de 96 ítems, agrupados en 16 ámbitos de evaluación para los cinco ejes de un DTI: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad.

Cada uno de los requisitos se ha valora en función de distintos indicadores en base a criterios de evaluación objetivos para los que se solicitó documentación que ha permitido a los evaluadores la verificación del cumplimiento de los mismos.

Gráfico 2. Ambitos de evaluación, por ejes de la metodología DTI.



Fuente: SEGITTUR.



En conclusión, la medición de cada requisito ha permitido obtener los porcentajes de cumplimiento desglosados por ámbitos, para cada eje y para la totalidad del DTI, obteniendo de esta manera una imagen más clara de los puntos fuertes o aquellos en los que hay oportunidades de mejora para el destino.

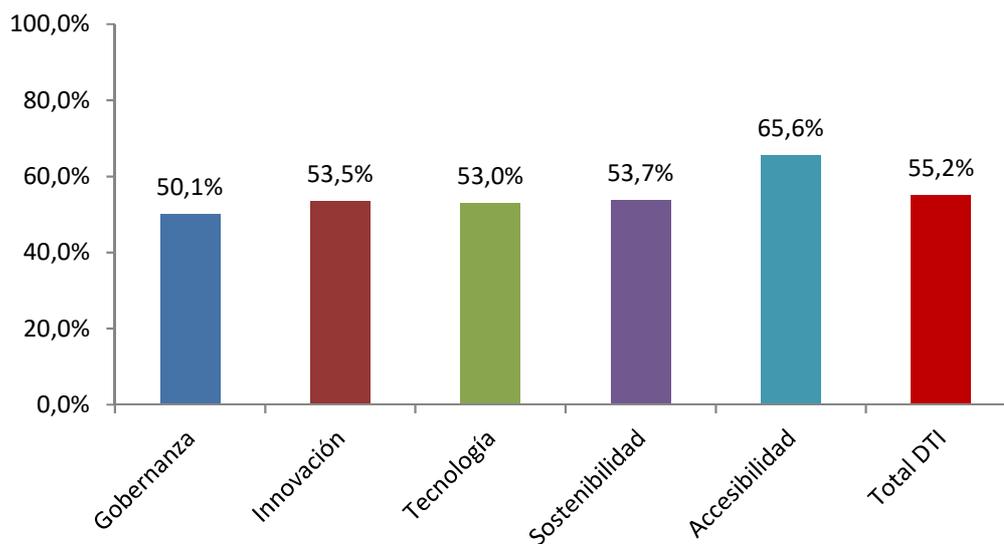
Tras el diagnóstico realizado se elaboró un informe, en el que además de recoger las valoraciones obtenidas se detallan un conjunto de recomendaciones que permitirán alcanzar la excelencia como destino turístico inteligente.

El conjunto de recomendaciones resultantes de la evaluación constituyen el input del plan de acción, el cual se ha elaborado a continuación y que constituye la herramienta de trabajo para avanzar en la transformación de Valladolid en Destino Turístico Inteligente.

2. Diagnóstico DTI de Valladolid.

El resultado del diagnóstico de Valladolid para su potencial transformación en Destino Turístico Inteligente ha arrojado los siguientes resultados:

Gráfico 3. Resultados del Diagnóstico DTI de Valladolid, total y por ejes.



Fuente: SEGITTUR.

El resultado global obtenido sobre el grado de cumplimiento medio del total de requisitos por parte de Valladolid es del 55,2%.

Los ejes con un grado mayor de cumplimiento son accesibilidad con un 65,6%, sostenibilidad con un 53,7%, y a corta distancia se sitúan los ejes de innovación con un 53,5%, tecnología con un 53%, y finalmente gobernanza con un 50,1%.

A continuación se detallan las recomendaciones realizadas por los evaluadores en relación con los requisitos que precisan mejorar para alcanzar la excelencia DTI, junto con las acciones que se derivan de dichas recomendaciones.



| CODG | RECOMENDACIÓN | ACTUACIÓN | PRIORIDAD |
|-------------|--|---|-----------|
| GOB01_REC03 | Redacción de un Documento de compromiso con el desarrollo turístico del destino | Redacción de un documento en el que se exprese el compromiso de la Entidad Local con el desarrollo turístico del destino. La definición de una política turística, adaptada a las particularidades e idiosincrasia del territorio, que sirva de guion para todos los actores implicados y para los ciudadanos, que podrán conocer los objetivos perseguidos y los instrumentos que se utilizarán para su consecución, alineada con la estrategia de desarrollo que la Entidad Local tenga para el municipio en su conjunto. Sería recomendable la consulta durante la redacción del documento con el sector privado y la sociedad civil. | Alta |
| GOB01_REC08 | Plan de acción anual en turismo | Plan de acción anual en el que se detalle el presupuesto por acciones en turismo, tanto del Área de Turismo, como de las acciones que competan a otras áreas, pero tengan incidencia directa en la actividad. El Plan de acción deberá detallar los objetivos concretos que aborda, las actuaciones que comprende y los responsables asignados a cada una de ellas. Además, debe incluir indicadores de seguimiento que permitan monitorizar la consecución de dichos objetivos. | Alta |
| GOB03_REC04 | Plan Operativo de Marketing Turístico de Valladolid | Elaborar, con carácter anual, un Plan Operativo de Marketing (a partir del Plan de Trabajo de la Sociedad Mixta) y definir indicadores de seguimiento de cada una de las acciones. Desarrollar proceso participativo previo a la aprobación del Plan Operativo de Marketing. | Alta |
| GOB03_REC10 | Redacción de un procedimiento para la creación coordinada de productos turísticos. | Elaboración del Procedimiento. | Alta |



| CODG | RECOMENDACIÓN | ACTUACIÓN | PRIORIDAD |
|-------------|---|--|--------------|
| GOB04_REC03 | Elaboración de un Plan de formación en turismo | <p>El nuevo modelo de gestión turística propuesto para la Entidad Local desde la perspectiva DTI exige una política de formación que responda a las necesidades requeridas para emprender el proceso de transformación.</p> <p>Por ello, se hace imprescindible un análisis de perfiles y de nuevos requisitos y la elaboración de un Plan de formación anual o bienal consensuado con los trabajadores y el sector que actualice los conocimientos del personal y responda a la nueva realidad. El Plan debe abarcar a los trabajadores de las empresas del sector turístico en el destino, porque son una pieza clave en la cadena de valor. En ese sentido, la Entidad Local debe contribuir a la mejora de la calidad analizando la formación que se requiera para desarrollar la nueva estrategia.</p> | Alta |
| GOB05_REC02 | Creación de un Comité/Comisión Interconcejalías | Constituir la Comisión Interconcejalías y elaborar reglamento de funcionamiento interno. | Alta / Media |
| GOB05_REC03 | Desarrollo de una Smart Office | <p>El avance en el proceso de conversión DTI conllevará una evolución que incrementará las funciones y tareas de la persona o equipo gestor del proyecto y, ante la necesidad de nuevos servicios y competencias, se recomienda que vaya convirtiéndose progresivamente en una Smart Office.</p> <p>Una Smart office que debe responder y dar apoyo tanto material como de conocimiento a todas las acciones derivadas del desarrollo del DTI, así como ejercer de nodo de coordinación. Elaborar propuesta de creación de Ente Gestor DTI del destino y proceso de evolución hacia una Smart Office.</p> | Media |



| CODG | RECOMENDACIÓN | ACTUACIÓN | PRIORIDAD |
|-------------|---|--|-----------|
| GOB07_REC01 | Creación de un foro online y reuniones periódicas con la ciudadanía | Las exigencias de transparencia hacen necesario contar con los canales de comunicación adecuados tanto para informar de la acción de gobierno como para fomentar la participación de los residentes en las políticas públicas. En ese sentido, se recomienda, en primer lugar, identificar las principales asociaciones representativas de colectivos ciudadanos para, en un segundo paso, crear las herramientas que faciliten y fomenten esa comunicación bidireccional como un foro online | Media |
| GOB07_REC07 | Envío de comunicaciones periódicas a los principales mercados | Se recomienda revisar y optimizar los canales de comunicación con los visitantes para conseguir trasladar toda la información actualizada que se genere desde el destino, aprovechando para ello las nuevas herramientas tecnológicas. En ese sentido, se recomienda crear los canales que faciliten y fomenten esa comunicación como el envío de comunicaciones periódicas con noticias y novedades a los principales mercados emisores en su idioma. | Media |
| GOB08_REC11 | Fomento del uso de la Sede Electrónica entre las empresa del sector turístico | Elaborar en colaboración con el área del ayuntamiento relacionada una "Carta de Servicios-Trámites" que las empresas turísticas pueden realizar a través de la Sede Electrónica del Ayuntamiento | Media |
| INN01_R03 | Fomento de la implantación de sistemas de gestión en empresas turísticas y/u organismos del destino. Incluir acciones formativas sobre Innovación en el Plan de Formación Sectorial (GOB04_REC03) | Se recomienda que las empresas turísticas y/o los organismos de destino fomenten la implantación de sistemas de gestión de la innovación. | Alta |
| INN01_R04 | Mejora del fomento de la implantación de sistemas de gestión en empresas turísticas y/u organismos del destino. | Se aconseja en primer lugar determinar y comunicar a la organización las razones por las que se procede a la implantación de un sistema de gestión en las empresas turísticas y organismos de destino. | Alta |



| CODG | RECOMENDACIÓN | ACTUACIÓN | PRIORIDAD |
|-----------|--|--|-----------|
| INN03_R02 | Especificar en los presupuestos anuales de la Sociedad Mixta el presupuesto que se destina a proyectos de innovación turística. | Dado que el destino ya cuenta con una dotación presupuestaria dedicada a la innovación, se aconseja realizar una asignación de presupuesto específico para proyectos innovadores en turismo. Esta asignación se debe llevar a cabo atendiendo a diferentes fuentes de financiación, previstas de antemano tanto en forma como en cantidad, por el ente gestor del destino. | Alta |
| INN03_R05 | Refuerzo de la formación en innovación del personal innovador. Incluir acciones formativas sobre Innovación en el Plan de Formación Sectorial (GOB04_REC03) | Se debe asegurar que el personal asignado a actividades de innovación dispone de la formación y los recursos necesarios para desarrollar adecuadamente su labor. En concreto, es aconsejable incorporar dentro del plan de formación de la entidad un subprograma especializado en conocimientos y capacidades relacionadas con la innovación. | Alta |
| INN04_R02 | Puesta en marcha de programas y actuaciones para el fomento de la innovación abierta en turismo | Diseño y puesta en marcha del Laboratorio de innovación abierta en turismo de Valladolid (VALLATUR_LAB) -Retomar acción del Plan Estratégico de Turismo 2017-2019. Se puede llevar a cabo en colaboración con la Agencia de Innovación en el marco del Laboratorio Ciudadano de Innovación. | Media |
| INN04_R05 | Organización de encuentros con finalidad innovadora | La organización de eventos con finalidad innovadora es una forma muy eficaz de atraer el interés de los grupos de interés (stakeholders), usuarios y/o potenciales socios hacia proyectos de innovación, por lo que se recomienda la organización de estos eventos al menos una vez al año. | Media |
| INN06_R01 | Conocer y medir la percepción que turistas y residentes tienen sobre la innovación relacionada con el turismo en el destino | Incluir en las encuestas que realiza el Observatorio Turístico de Valladolid un bloque relacionado con la percepción de la innovación relacionada con el turismo. | Baja |



| CODG | RECOMENDACIÓN | ACTUACIÓN | PRIORIDAD |
|----------------|--|--|-----------|
| INN09_R02 | Puesta en marcha de programas y actuaciones para impulsar el ecosistema de innovación en turismo | Promover esta acción en el marco del Laboratorio Ciudadano de Innovación de la Agencia de Innovación del Ayuntamiento de Valladolid. | Alta |
| INN09_R03 | Encuesta para medir la innovación de las empresas turísticas | Conocer la situación de las empresas turísticas en relación con la innovación. Elaborar una encuesta online para el conjunto de las empresas turísticas de Valladolid en colaboración con la CEOE de Valladolid (se podría hacer en conjunto con la encuesta sobre digitalización). | Alta |
| TEC01_03_1_R01 | Creación de una Plataforma Integral de gestión de servicios | Se recomienda implantar una plataforma que recoja, unifique y sistematice toda la información relativa a la gestión de los servicios del destino turístico de tal forma que sea posible conocer la operativa de los mismos. | Media |
| TEC01_04_1_R01 | Definición de una estrategia de ciberseguridad | Se recomienda definir una estrategia de ciberseguridad que proteja todo el entorno software/hardware del destino turístico. Para ello será necesario, en primer lugar, realizar una evaluación de riesgos. | Media |
| TEC01_04_2_R01 | Uso del Blockchain para mejorar la seguridad | Se recomienda que el destino se dote de herramientas que le permitan emplear la tecnología disruptiva Blockchain para mejorar la seguridad de determinados conjuntos de documentación o de determinado tipo de acciones. | Media |
| TEC01_05_3_R01 | Aumento de la publicación de <i>data sets</i> en el Portal de Datos Abiertos | Se recomienda aumentar los datos publicados en el Portal de Datos Abiertos (mínimo de 100 por cada 100.000 habitantes) para impulsar la transparencia y la comunicación y conocimiento entre la Entidad Local y los ciudadanos. | Alta |



| CODG | RECOMENDACIÓN | ACTUACIÓN | PRIORIDAD |
|----------------|---|---|-----------|
| TEC02_09_1_R01 | Acceso WiFi gratuito en los puntos de interés turístico identificados en la web. INCLUIR LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA | Se recomienda instalar puntos de acceso WiFi gratuitos en, al menos, la mitad de los puntos de interés turístico identificados en el portal web de turismo del destino. | Alta |
| TEC02_10_1_R01 | Implantación de soluciones de computación en la nube y por nodos | Se recomienda la implantación en el destino de soluciones de computación basadas en la nube y por nodos, en contraposición a la forma tradicional basada en CPD (Centro de Procesos de Datos) físicos. | Media |
| TEC02_12_3_R01 | Desarrollo de una aplicación de gestión de la movilidad con capacidad multi idioma | Se recomienda desarrollar un aplicativo destinado a ofrecer información relativa a la movilidad/tráfico en tiempo real, uso de transporte público, regulación del estacionamiento en superficie, entornos naturales o parámetros medioambientales, etc. cuyos contenidos estén, al menos, traducidos a un idioma extranjero. | Alta |
| TEC02_13_3_R01 | Utilización de herramientas para el análisis de flujos turísticos | Se recomienda la instalación de sistemas avanzados de análisis de flujos turísticos y control de aforos. Existen diversos sistemas que pueden emplearse a tal fin, como por ejemplo sistemas que obtienen la información a partir de las redes de telefonía móvil, datos bancarios, conexiones bluetooth, puntos de acceso WiFi, etc. | Media |
| TEC03_14_1_R01 | Implantación de sistemas para el análisis de la información | Se recomienda desarrollar e implantar sistemas big data y business intelligence para mejorar la capacidad de gestión de información, su análisis y posterior toma de decisiones. | Alta |
| TEC03_14_2_R01 | Sistemas que permitan obtener información del visitante | Se recomienda la instalación de sistemas que sean capaces de obtener información sobre las características de los turistas, a través de los accesos públicos a la red a disposición de visitantes y residentes, con el objetivo de mejorar la gestión turística del destino. | Alta |



| CODG | RECOMENDACIÓN | ACTUACIÓN | PRIORIDAD |
|-----------------|--|--|-----------|
| TEC03_14_4_R01 | Seguimiento de marca | Se recomienda desarrollar un sistema para monitorizar las opiniones de los visitantes durante y después de la visita, que le permita al destino hacer un seguimiento de su marca. En este sentido, existen soluciones más avanzadas basadas en el análisis de sentimiento, basadas en el análisis de las redes sociales disponibles e identificando de qué y cómo se habla en ellas del destino, en su conjunto o de los recursos y servicios que ofrece. | Alta |
| TEC03_18_1_R01 | Desarrollar una APP turística | | Alta |
| TEC03_19_1_R01 | Desarrollar un sistema de señalética smart de recursos y elementos de interés | Esta actuación está dentro del Plan de Señalización Turística Inteligente | Alta |
| TEC03_20_4_R01 | Desarrollo de un catálogo de experiencias inmersivas para el visitante | Se recomienda ofrecer al visitante, apoyándose en el uso intensivo de las nuevas tecnologías (realidad virtual, realidad aumentada...), experiencias inmersivas que le permitan sentirse parte activa del mismo, mejorando la percepción global del destino y haciéndolo más atractivo y comprensible para todo tipo de públicos. | Alta |
| SOS01_01_01_R02 | Seguimiento de los indicadores ODS y publicación de los resultados | Se recomienda al destino, a partir de la recogida de los datos de los indicadores de los ODS que realiza actualmente, considerar el desarrollo de una labor de difusión activa de los datos. | Baja |
| SOS01_04_04_R02 | Certificación de sostenibilidad o calidad de hasta un 70% de los recursos turísticos | Se recomienda al destino analizar los recursos turísticos que no cuentan con certificaciones de sostenibilidad (Rainforest Alliance Certified, Green Key, Travellife, Biosphere, ISO14000...) o de calidad (SICTED, Q de calidad, Safe Tourism Certified...), para detectar cuales son los prioritarios para obtenerlas. El objetivo es avanzar en la certificación de recursos hasta alcanzar al menos un 70% de ellos con certificaciones de sostenibilidad o calidad. | Medio |



| CODG | RECOMENDACIÓN | ACTUACIÓN | PRIORIDAD |
|-----------------|---|--|-----------|
| SOS01_05_01_R01 | Medición de la capacidad de carga | Se recomienda al destino realizar un estudio de la carga de visitantes que soportan los recursos turísticos, identificando aquellos hitos que pueden resultar perjudiciales para su conservación o para su gestión. | Medio |
| SOS03_24_02_R01 | Fomento de certificaciones de huella de carbono entre las empresas turísticas del destino. Incluir acciones formativas sobre Innovación en el Plan de Formación Sectorial (GOB04_REC03) | Desarrollar acciones de sensibilización en esta materia | Media |
| SOS03_25_04_R01 | Certificados de sistema de gestión energética en edificios públicos | Se recomienda al destino obtener el certificado energético obligado de todos los edificios que cumplan las condiciones establecidas en el Real Decreto 390/2021, de 1 de junio, por el que se aprueba el procedimiento básico para la certificación de la eficiencia energética de los edificios, los edificios de carácter público cuya superficie útil sea mayor a 250m ² . | Media |
| SOS03_26_01_R01 | Campañas de concienciación para la minimización de residuos en el sector turístico | Realizar una campaña de concienciación y sensibilización sobre la economía circular en el sector turístico. Utilizar los materiales de SEGITTUR | Alta |
| SOS04_33_01_R01 | Programa de acciones formativas para la cualificación del personal en turismo y sostenibilidad. Incluir acciones formativas sobre Innovación en el Plan de Formación Sectorial (GOB04_REC03) | Se recomienda al destino realizar un programa estratégico de acciones formativas en materia de sostenibilidad destinado a la formación del personal que trabaja en el sector turístico. El programa incluirá objetivos anuales de formación, acciones de formación continua del personal en función de su actividad habitual. | Baja |



| CODG | RECOMENDACIÓN | ACTUACIÓN | PRIORIDAD |
|-----------------|---|---|-----------|
| SOS04_34_04_R01 | Acciones dirigidas a la conciliación laboral y familiar en el sector turístico, Incluir acciones formativas sobre Innovación en el Plan de Formación Sectorial (GOB04_REC03) | <u>Se recomienda al destino realizar un impulso a las actuaciones dirigidas a la conciliación laboral y familiar de las empresas del sector turístico a través de actuaciones de sensibilización del empresariado y acciones de formación en las propias empresas.</u> Tras la implantación de las acciones las empresas se podrán acreditar por su compromiso con la conciliación, como clave de la calidad en el empleo. Este plan debe adaptarse e implantarse también en el ente gestor de turismo de la Entidad Local. | Media |
| SOS04_36_01_R01 | Incluir en la encuesta de cultura una pregunta para conocer el nivel de satisfacción del residente respecto a la actividad turística | Ver acción INN06_R01 | Alta |
| ACC04_R01 | Formación en materia de Accesibilidad Universal y Turismo para personal del Ayuntamiento | Es imprescindible que el personal del destino que tenga algún tipo de relación directa o indirecta con la Accesibilidad tenga una formación adecuada. | Alta |
| ACC05_R04 | Elaboración de Inventario - Diagnóstico de Accesibilidad de los recursos turísticos del destino | Realizar, en colaboración con PREDIF un inventario - diagnóstico de accesibilidad de los recursos turísticos de Valladolid | Alta |
| ACC06_R01 | Creación de la Comisión Municipal de Accesibilidad | Reunión con Servicios Sociales para conocer si existe una Comisión Municipal de Accesibilidad, y en su defecto conocer la situación actual a este respecto. | Media |
| ACC09_R01 | Impulso a programas de ayuda y campañas de apoyo o premios de accesibilidad | Se recomienda organizar periódicamente campañas de apoyo, premios o distinciones para valorar y dar visibilidad a aquellos recursos turísticos del destino que apuestan por la mejora de la accesibilidad en sus instalaciones, productos o servicios. | Media |



| CODG | RECOMENDACIÓN | ACTUACIÓN | PRIORIDAD |
|-----------|---|---|-----------|
| ACC09_R02 | Desarrollo de una campaña sobre la accesibilidad en las empresas turísticas de Valladolid. | Sensibilizar a las empresas turísticas de Valladolid en relación con la accesibilidad. Para la campaña se puede valorar contar con la participación de una entidad relacionada como PREDIF. | Alta |
| ACC09_R03 | Elaboración de un Plan de Formación en materia de Accesibilidad Universal y Turismo dirigido a los gestores turísticos privados. Incluir acciones formativas sobre Innovación en el Plan de Formación Sectorial (GOB04_REC03) | Se aconseja disponer de un Plan de Formación en materia de Accesibilidad Universal y Turismo dirigido a los gestores turísticos privados. | Media |
| ACC10_R03 | Incluir en los canales de promoción de la Sociedad Mixta la promoción de la oferta turística accesible, tanto de los recursos como de la oferta privada, incluyendo servicios directamente relacionados con otras necesidades (farmacias y farmacias de guardia, ópticas, centros auditivos y tiendas de audífonos, tiendas de ortopedia o de alquiler y reparación de productos de apoyo, posibilidades de contratación de un asistente personal o de un intérprete de LSE.). Esta acción está en relación con la ACC05_R04 | Estudiar en el marco de la Sociedad Mixta como abordar esta acción de cara a la elaboración de los diferentes soportes de promoción de la oferta que se realicen en el futuro. | Media |
| ACC11_R03 | Puesta en marcha de soluciones tecnológicas para facilitar la accesibilidad en la movilidad de los turistas en el destino. | Se recomienda la puesta en marcha de mejoras en la implantación de soluciones tecnológicas que mejoren la accesibilidad en la movilidad. En particular se trataría de la puesta en marcha de proyectos de tecnología e innovación que faciliten la experiencia de los turistas (y residentes en general) en todo lo referente a la movilidad. | Alta |



| CODG | RECOMENDACIÓN | ACTUACIÓN | PRIORIDAD |
|-----------|--|---|-----------|
| ACC11_R04 | Actualización e implementación de iniciativas tecnológicas de accesibilidad para la movilidad, desarrolladas en el destino | Dado que las iniciativas tecnológicas desarrolladas en el destino para la mejora de la accesibilidad en la información y comunicación, se han llevado a cabo hace más de 5 años, se recomienda la actualización e implementación con más soluciones actuales. | Media |

3. Plan de Acción Valladolid DTI 2022-2023

A partir de las recomendaciones realizadas por SEGITTUR en el mencionado informe de Diagnóstico DTI desde la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid se procedió a elaborar el Plan de Acción en el que detallar las acciones a desarrollar en relación con las recomendaciones, su organización en el tiempo, su priorización y los agentes involucrados en cada una de ellas. (ANEXO 1. Plan de Acción Valladolid DTI 2022-2023)

En el periodo de ejecución 2022 - 2023 se ha implementado el se han ejecutado o se encuentran en ejecución el 64% de las actuaciones derivadas de las recomendaciones efectuadas por SEGITTUR, que constituyen la totalidad de las acciones que se han podido desarrollar directamente desde la Sociedad Mixta de Promoción del Turismo de Valladolid.

En este sentido, en el mes de enero de 2023 SEGITTUR puso en marcha la elaboración de la convocatoria de la Plataforma Inteligente de Destino (PDI), proyecto que se enmarca en la Estrategia España Digital 2025, y en cuyo proceso de consulta ha estado participando el Ayuntamiento de Valladolid, a través de la Agencia de Innovación y con colaboración con la Concejalía de Turismo, y la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid.

Dado que una parte de las actuaciones contempladas en el Plan de Acción DTI 2022-2023, dependen directamente de la mencionada convocatoria, debido a la necesidad de financiación para poder ser abordadas, y de que el extracto de la misma en la que se abre el plazo para la presentación de solicitudes se ha abierto en este mes de marzo de 2024, con un retraso importante con respecto al plazo previsto, dichas actuaciones han visto retrasada su ejecución, no pudiendo ser abordadas en el plazo que estaba previsto.

En este sentido, se prevé que estas actuaciones relacionadas con la Plataforma Inteligente de Destino se inicien a partir del 2º semestre del 2024.

A continuación se detallan las tablas con las acciones ejecutadas y las que se encuentran en ejecución.



| CODG | RECOMENDACIÓN | ESTADO |
|-----------------|--|--|
| GOB01_REC03 | Redacción de un Documento de compromiso con el desarrollo turístico del destino | Documento Compromiso del Ayuntamiento de Valladolid por el desarrollo Turístico |
| GOB01_REC08 | Plan de acción anual en turismo | Plan Anual 2023, y en elaboración el Plan Anual de 2024 |
| GOB03_REC04 | Plan Operativo de Marketing Turístico de Valladolid | Plan Operativo Anual 2022, y en elaboración el Plan Operativo Anual de 2024 |
| GOB03_REC10 | Redacción de un procedimiento para la creación coordinada de productos turísticos. | Procedimiento para la creación coordinada de Productos Turísticos |
| GOB05_REC02 | Creación de un Comité/Comisión Interconcejías | En ejecución. Se ha elaborado un borrador de documento para la creación de un Grupo de Trabajo Municipal para la coordinación del proyecto Valladolid DTI. |
| GOB05_REC03 | Desarrollo de una Smart Office | En ejecución. Se está trabajando en la elaboración de un Convenio con la Agencia de Innovación del Ayuntamiento de Valladolid que incluye el desarrollo de la Smart Office de Valladolid. |
| GOB08_REC11 | Fomento del uso de la Sede Electrónica entre las empresa del sector turístico | Se ha elaborado el contenido de la Carta de Servicios, es preciso darle formato corporativo y enviársela al conjunto de las empresas turísticas de Valladolid. |
| INN06_R01 | Disponibilidad de encuestas sobre percepción de la innovación en destino | Se ha incluido un bloque específico en la encuesta a la demanda turística y en la encuesta de cultura que se realiza a los residentes en Valladolid. Ambas desarrolladas por el Observatorio Turístico de Valladolid |
| SOS01_01_01_R02 | Seguimiento de los indicadores ODS y publicación de los resultados | El seguimiento se publica en la web de la Agenda Urbana 2030 de Valladolid (https://portalestadistico.com/municipioencifras/default.aspx?pn=valladolid&pc=AMT65&idp=10028&idpl=100048&idioma=&cat=10) |



| CODG | RECOMENDACIÓN | ESTADO |
|-----------------|--|--|
| SOS04_36_01_R01 | Conocer el nivel de satisfacción del residente respecto a la actividad turística | Se ha incluido un bloque específico en la encuesta de cultura que realiza el Observatorio Turístico de Valladolid a los residentes en Valladolid |
| TEC01_03_1_R01 | Creación de una Plataforma Integral de gestión de servicios | Esta actuación está dentro del desarrollo del proyecto S2CITY y en el desarrollo final de la Plataforma Inteligente de Destino (proyecto de SEGITTUR) |
| TEC01_04_1_R01 | Definición de una estrategia de ciberseguridad | El departamento TIC ha llevado a cabo un proyecto para la modernización y actualización de sus sistemas de ciberseguridad. |
| TEC01_04_2_R01 | Uso del Blockchain para mejorar la seguridad | Esta actuación está dentro del desarrollo del proyecto S2CITY. |
| TEC01_05_3_R01 | Aumento de la publicación de <i>data sets</i> en el Portal de Datos Abiertos | Esta actuación está dentro del desarrollo del proyecto S2CITY. |
| TEC02_09_1_R01 | Acceso WiFi gratuito en los puntos de interés turístico identificados en la web. INCLUIR LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA | Se ha trasladado al área de TIC las ubicaciones para instalar los puntos de conexión Wifi |
| TEC02_10_1_R01 | Implantación de soluciones de computación en la nube y por nodos | El departamento TIC ha implantado soluciones en la nube con la migración del correo electrónico del personal del Ayuntamiento de Valladolid (Microsoft 365). Por otro lado ha comenzado en el segundo semestre de 2022 la redacción de una estrategia de despliegue de servicios en la nube para los próximos años que prevé la traslación de diversos sistemas y parte del CPD de respaldo a un modelo cloud. |
| TEC02_12_3_R01 | Desarrollo de una aplicación de gestión de la movilidad con capacidad multi idioma | Esta actuación está dentro del desarrollo del proyecto S2CITY. |
| TEC02_13_3_R01 | Utilización de herramientas para el análisis de flujos turísticos | Esta actuación está dentro del desarrollo del proyecto S2CITY. |



| CODG | RECOMENDACIÓN | ESTADO |
|----------------|---|--|
| TEC03_14_1_R01 | Implantación de sistemas para el análisis de la información | Esta actuación está dentro del desarrollo del proyecto S2CITY. |
| TEC03_14_2_R01 | Sistemas que permitan obtener información del visitante | Esta actuación está dentro del desarrollo del proyecto S2CITY. |
| TEC03_14_4_R01 | Seguimiento de marca | Esta actuación está dentro del desarrollo del proyecto S2CITY. |
| TEC03_18_1_R01 | Desarrollar una APP turística | Esta actuación está dentro del desarrollo del proyecto S2CITY. |
| INN03_R02 | Especificar en los presupuestos anuales de la Sociedad Mixta el presupuesto que se destina a proyectos de innovación turística. | Los presupuestos anuales de la Sociedad Mixta contemplan partidas relacionadas con la innovación en el sector turística. |

Evaluación de la ejecución del Plan de Acción DTI de Valladolid *2022-2023*



Ayuntamiento de **Valladolid**



Ayuntamiento de Valladolid



ANEXO V

Balance del Turismo en la ciudad de Valladolid Informe 2023

Marzo 2024



Miembro colaborador de  Red DTI
Red de Destinos Turísticos Inteligentes

Índice

| | | |
|-----|--|----|
| 1 | Introducción | 3 |
| 2 | El turismo internacional en 2023. | 4 |
| 3 | El turismo en España en 2023. | 7 |
| 4 | El Turismo en Valladolid en 2023 | 13 |
| 4.1 | Oferta turística de la ciudad de Valladolid | 13 |
| 4.2 | Demanda turística de la ciudad de Valladolid | 21 |
| | Índice de Gráficos | 29 |
| | Índice de Tablas | 30 |

1 Introducción

El presente informe correspondiente al año 2023 recoge y analiza los resultados obtenidos en relación con los indicadores de base de la actividad turística (nº de viajeros alojados, pernoctaciones, y ocupación) en establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid, tanto en el período señalado, como en su evolución con respecto a los años 2019, 2021 y 2022..

El análisis del turismo en la ciudad de Valladolid se realiza en contexto con la evolución registrada a nivel mundial, y nacional, con el objetivo de entender adecuadamente los datos observados, y su relación con el desarrollo del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2021-2023.

Las fuentes utilizadas para la obtención de los datos han sido:

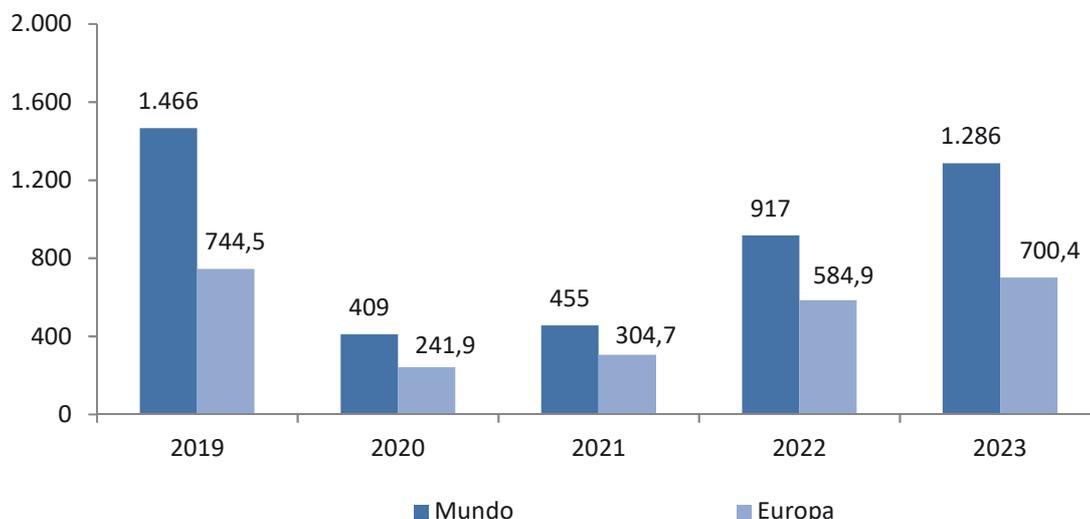
1. Organización Mundial del Turismo.
 - *Barómetro del turismo mundial*. Vol. 22, nº 1, Enero 2024. [Link](#)
2. Instituto Nacional de Estadísticas:
 - Encuesta de Ocupación Hotelera.
 - Indicadores de Rentabilidad del Sector Hotelero.
3. Estadísticas Turísticas de la Junta de Castilla y León.
 - Boletín de Coyuntura Turística (datos enero-diciembre 2023)
4. EXCELTUR.
 - *Perspectivas Turísticas. Valoración turística empresarial de 2023, y perspectivas para 2024*. Nº 87. Enero 2024. [Link](#)
 - *Barómetro de rentabilidad de los destinos turísticos españoles. Balance 2023*. Nº 39. Enero 2024. [Link](#)

2 El turismo internacional en 2023.

El turismo internacional está a las puertas de recuperar los niveles previos a la pandemia, según los datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

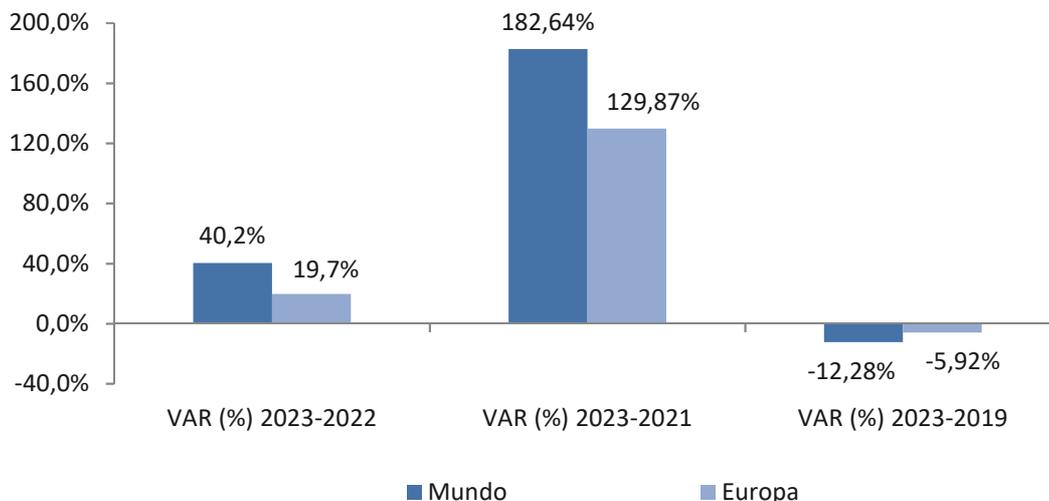
Se estima que en 2023 se registraron 1.286 millones de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) en todo el mundo, experimentando un aumento del 34% con respecto a 2022, y que supone la recuperación de casi el 90% de los niveles de la actividad turística previa a la pandemia, situándose tan sólo en un 12% por debajo de la cifra alcanzada en 2019.

Gráfico 1 Evolución en la llegada de viajeros internacionales en el Mundo y Europa, en el período de 2019-2023 (millones).



Fuente: OMT. Barómetro de Turismo Mundial. Nº 22. Enero 2024. Elaboración propia

Gráfico 2 Evolución en la llegada de viajeros internacionales en el Mundo y Europa (% de variación en la llegada de viajeros con respecto a 2022, 2021 y 2019)

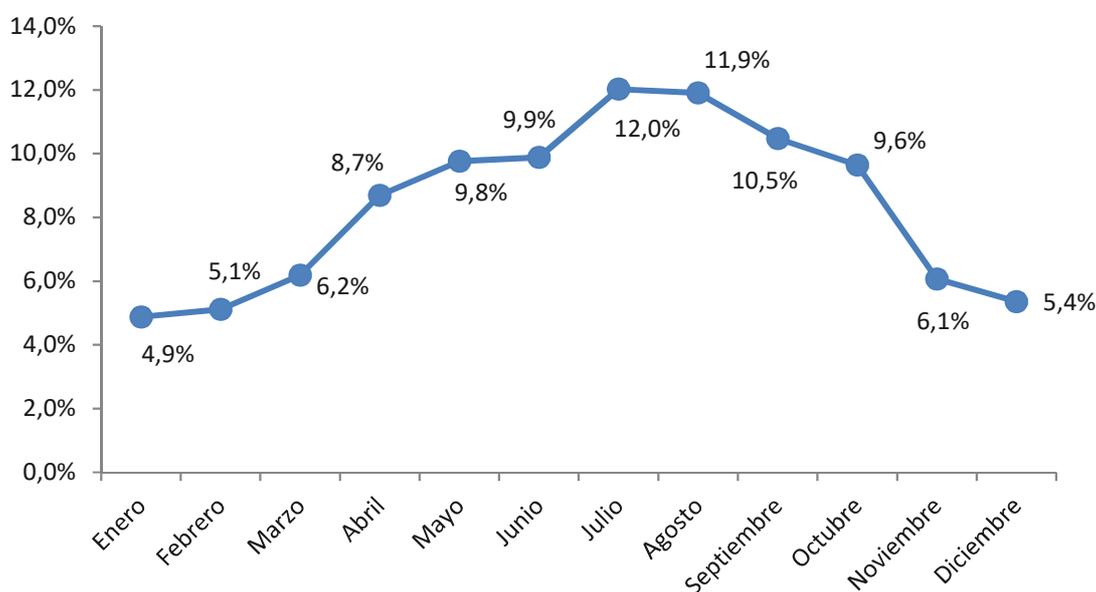


Fuente: OMT. Barómetro de Turismo Mundial. Nº 22. Enero 2024. Elaboración propia

Europa, ha recibido algo más de 700 millones de visitantes internacionales, situándose como la región más visitada del mundo, con un aumento del 33,3% con respecto al año anterior, alcanzando casi el 92% de los niveles previos a la pandemia. Este resultado se debe principalmente a la existencia de una sólida demanda intrarregional, y a los viajes desde Estados Unidos. Según la Oficina Nacional de Viajes y Turismo de EE. UU. (NTTO), los viajes de EE. UU. a Europa crecieron un 29 % hasta octubre (en comparación con 2022) y representan el 21 % del total de los viajes de EE. UU. al extranjero.

Europa disfrutó de una fuerte temporada de verano: junio, julio y agosto representaron el 37% del total anual. Septiembre y octubre también fueron meses de mucho trabajo, en parte debido a las favorables condiciones meteorológicas.

Gráfico 3 Distribución, por meses, de la llegada de viajeros internacionales a Europa en 2023



Fuente: OMT. Barómetro de Turismo Mundial. Nº 21. Enero 2023. Elaboración propia.

En el contexto europeo, la zona del sur mediterráneo recibió en este período 307 millones de turistas internacionales, experimentando un 15,7% de crecimiento con respecto al año anterior, y situándose un 1,1% por encima de los resultados obtenidos en 2019. En conjunto estos resultados se deben a la existencia de una sólida demanda intrarregional y a la implementación de medidas de viaje coordinadas en el marco de la U.E.

En cuanto a los ingresos por turismo, en 2023, según las estimaciones preliminares, los ingresos por turismo internacional alcanzaron 1,4 billones de dólares de los Estados Unidos, aproximadamente el 93% de los ingresos generados por este concepto en 2019.

Por otro lado, los ingresos totales por exportaciones provenientes del turismo (incluido el transporte de pasajeros) se estimaron en 1,6 billones de dólares de los Estados Unidos, casi el 95% de los ingresos, en este ámbito, registrados en 2019.

Las estimaciones preliminares de la contribución económica del turismo, medida en términos de producto interior bruto (PIB) directo del turismo, apuntan a 3,3 billones de dólares de los Estados

Unidos en 2023, o al 3% del PIB mundial. Esto indica una recuperación del PIB directo del turismo alcanzado antes de la pandemia, impulsado por el fuerte crecimiento del turismo nacional e internacional.

Con respecto a las perspectivas para el 2024, se prevé que el turismo internacional recupere totalmente los niveles registrados antes de la pandemia, y las estimaciones iniciales apuntan a un crecimiento del 2% en relación con los niveles alcanzados en 2019. Estas previsiones centrales de la OMT siguen estando sujetas al ritmo de la recuperación en Asia, y a la evolución de la actual coyuntura económica y geopolítica desfavorable.

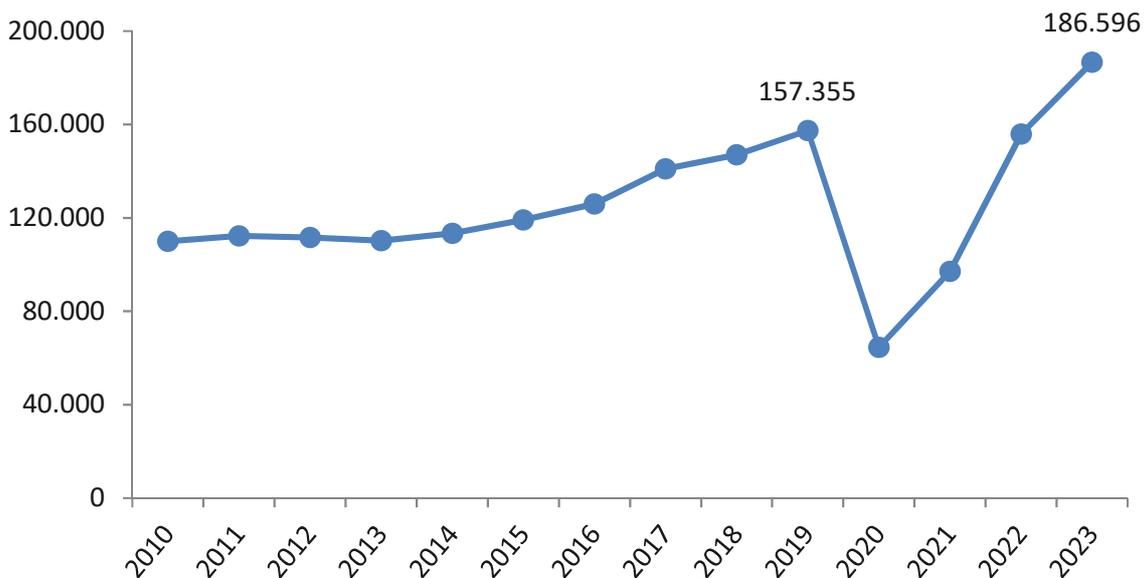
El panorama positivo se refleja en la última encuesta sobre el Índice de Confianza en el Turismo de la OMT, según la cual el 67% de los profesionales del turismo indican unas perspectivas mejores o mucho mejores para 2024 en comparación con 2023. Aproximadamente el 28% prevén resultados similares, mientras que solo el 6% creen que los resultados del turismo serán peores en 2024 que el año pasado. Las principales consideraciones son:

- Sigue habiendo un gran margen de recuperación en todo Asia. La reapertura de varios mercados emisores y destinos impulsará la recuperación en la región y en todo el mundo.
- Todo apunta a que Europa mejorará nuevamente sus resultados en 2024. En marzo, Rumania y Bulgaria entrarán en la zona de libre circulación Schengen, y París será la sede de los Juegos Olímpicos de verano en julio y agosto.
- La situación económica y geopolítica desfavorable seguirá planteando retos considerables para la recuperación sostenida del turismo internacional y de los niveles de confianza. La persistente inflación, los altos tipos de interés, la volatilidad de los precios del petróleo y las perturbaciones de los flujos comerciales pueden seguir repercutiendo en los costos del transporte y el alojamiento en 2024.
- En este contexto, se prevé que los turistas tratarán de sacar el máximo partido al dinero invertido y viajarán a destinos más cercanos. Las prácticas sostenibles y la adaptabilidad también desempeñarán un papel creciente en las decisiones de los consumidores.
- El déficit de personal continúa siendo un tema crítico, ya que las empresas turísticas se enfrentan a la escasez de trabajadores para responder a la gran demanda.
- La evolución del conflicto Hamás-Israel tal vez perturbe los viajes en Oriente Medio y tenga un impacto en la confianza de los viajeros. La incertidumbre derivada de la agresión de Rusia contra Ucrania, así como otras crecientes tensiones geopolíticas, siguen teniendo un impacto en la confianza.

3 El turismo en España en 2023.

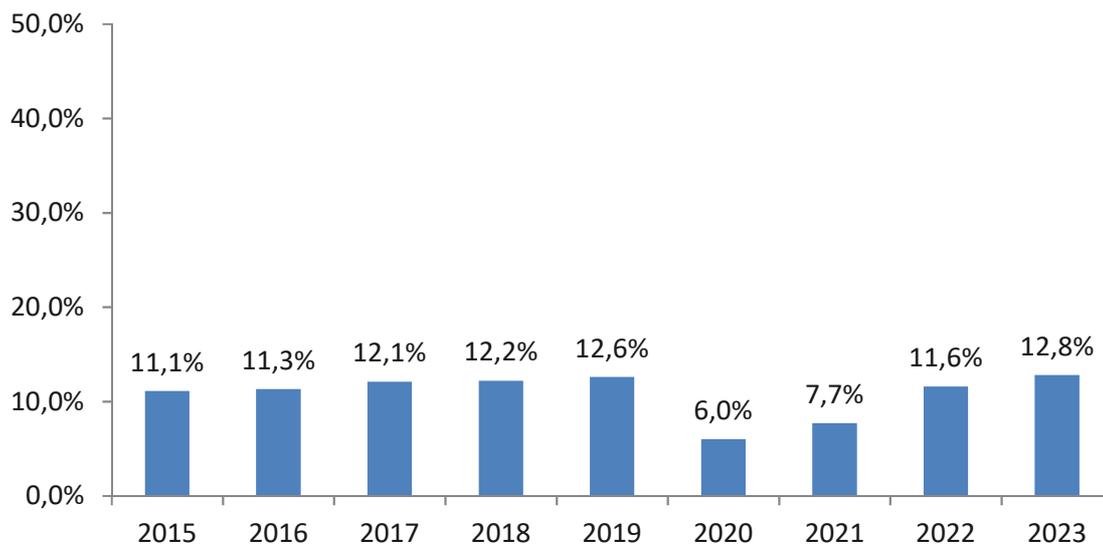
El turismo consolida su recuperación en 2023, cerrando el año con la generación de 186.596 millones de euros de actividad, experimentando un incremento del 19,65% con respecto al año anterior, y del 18,58% con respecto al año 2019. Los resultados de 2023 elevan la contribución del turismo a la economía española al 12,8%, el máximo de la serie histórica.

Gráfico 4 Evolución del PIB Turístico en España. 2010-2023. (millones de euros)



Fuente: Exceltur a partir de CSTE (INE). Dato 2023 estimación de Exceltur. . *Perspectivas turísticas*, nº 87. Enero 2024.

Gráfico 5 Evolución de la participación del turismo en el PIB nacional.



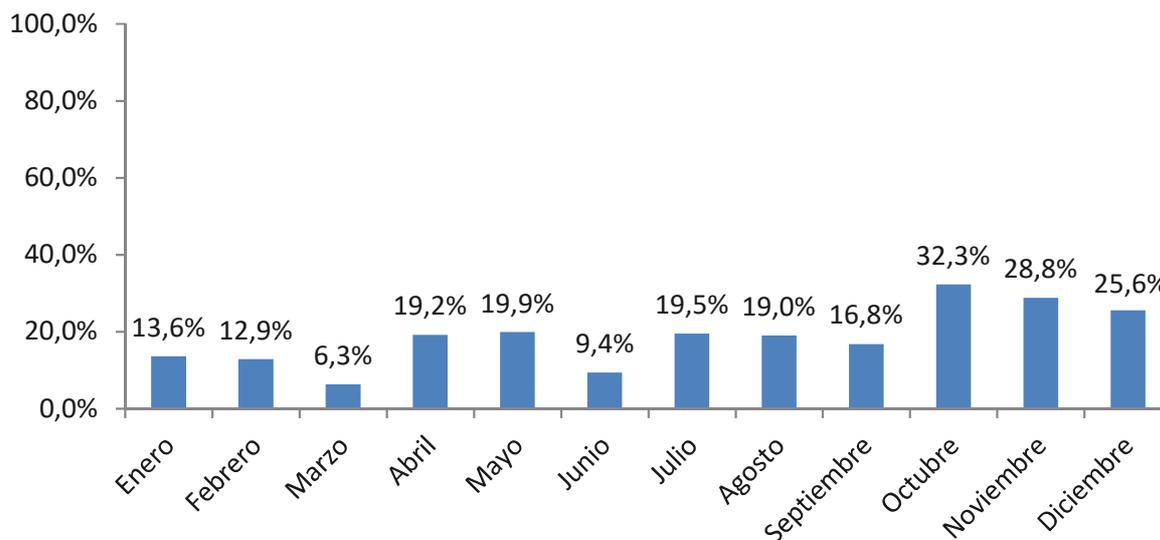
Fuente: Exceltur a partir de CSTE (INE). Dato 2023 estimación de Exceltur. . *Perspectivas turísticas*, nº 87. Enero 2024.

La evolución de la actividad turística en 2023 se ha venido intensificando según ha transcurrido el año, sustentada principalmente sobre:

- La fortaleza de la demanda, en un contexto de mejora de las rentas salariales, la preferencia entre los consumidores por el disfrute de experiencias viajeras respecto al consumo de bienes duraderos, y la vuelta con fuerza del segmento de reuniones y congresos.
- El aumento de los precios, para hacer frente al importante incremento de los costes energéticos, de suministros, financieros y salariales y la traslación al mercado de las inversiones en reposicionamiento de producto, realizadas por una parte creciente de empresas y subsectores, que han tenido un efecto sobre la atracción de turistas españoles y extranjeros de mayores efectos multiplicadores, a través de su más alto gasto en destino.

En este sentido, la actividad turística ha ido acelerando su crecimiento nominal a medida que ha ido transcurriendo el año 2023, cerrando con un cuarto trimestre que ha registrado unos indicadores extraordinarios, conforme se puede apreciar en el siguiente gráfico en el que se muestra el porcentaje de crecimiento mensual del PIB turístico.

Gráfico 6 Variación (%) del PIB turístico mensual en 2023



Fuente: EXCELTUR. *Perspectivas turísticas*, nº 87 Enero 2024. Elaboración propia.

El turismo se erige como el principal motor del crecimiento económico real de España en 2023 vs 2022, elevándose un 13,1%, lo que supone el 70,8% del crecimiento real de la economía española.

La recuperación económica de España durante 2023 y la superación de los niveles de actividad en términos reales previos a la pandemia no hubiera sido posible sin el papel desempeñado por la actividad turística en España.

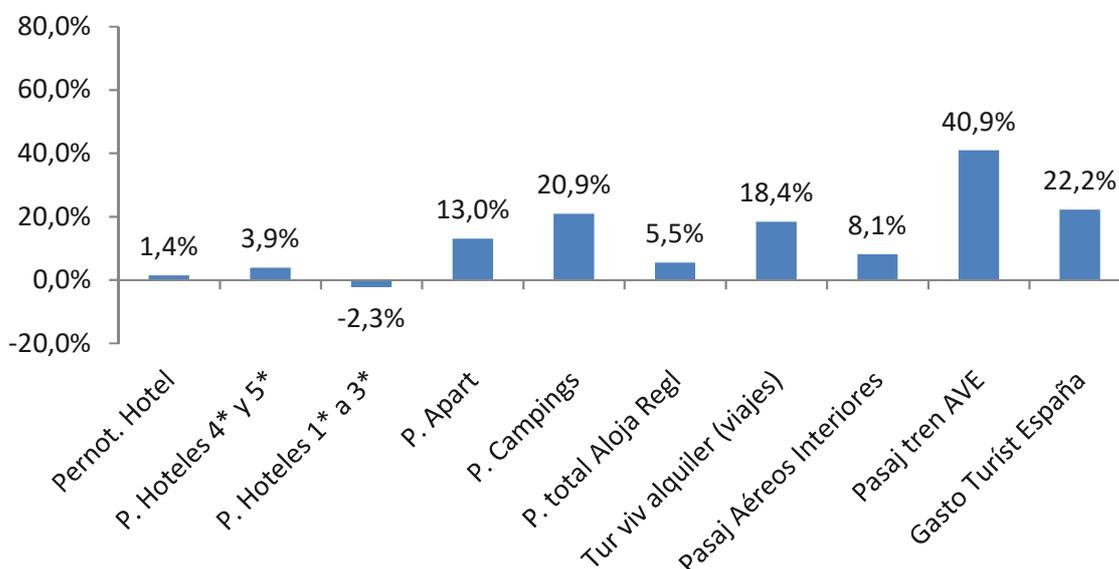
A pesar de la relevancia de los precios en los resultados turísticos de 2023, el crecimiento del sector turístico con respecto a 2022 se debe a la mayor generación de valor añadido, sostenido por la fortaleza de la demanda, tanto interna como internacional, derivadas, en gran parte, por las inversiones en mejora de producto dirigidas a la generación de experiencias de mayor valor para el consumidor

final, que han realizado muchas empresas y que apuntan al patrón de crecimiento deseado a futuro: mayor valor añadido, mayores ingresos, sin una mayor presión de afluencia distribuida de forma más equilibrada en el tiempo y el territorio, que permita la generación de un mayor y mejor empleo, con un mayor reconocimiento y convivencia con los valores de las sociedades locales y una menor huella ambiental.

La fortaleza de la demanda turística, reflejada en un aumento en el gasto en destino y anclada sobre la preminencia de los viajes en las preferencias de los consumidores frente a otros bienes de consumo duradero, ha vuelto a caracterizar el año 2023, favoreciendo a las empresas de toda la cadena de valor turística.

Dentro de un contexto de incremento de las rentas salariales y de un buen comportamiento del empleo en la mayor parte de los principales países de origen de turistas hacia España, incluido el nacional, el consumo turístico ha tenido un comportamiento muy superior a la tendencia de los niveles de confianza de las familias y la dinámica de consumo de otros bienes. Dando continuidad al fenómeno ya observado en 2022, los indicadores de gasto turístico se han continuado comportando en 2023 mejor que la realidad de la confianza de los consumidores, reflejando la preminencia que éstos están otorgando a los viajes frente a otros bienes y servicios de carácter duradero. Se trata de una brecha que no se ha cerrado todavía a finales de 2023 y que apunta a mantenerse en el inicio de 2024, tal y como confirman los empresarios turísticos, situándolo como el principal factor que impulsara las ventas en 2024.

Gráfico 7 Indicadores de demanda nacional. Comparativa % VAR 2023 vs 2019



Fuente: EXCELTUR. *Perspectivas turísticas*, nº 87 Enero 2024. Elaboración propia.

La demanda turística residente en España, a pesar del contexto inflacionista, ha seguido respondiendo en 2023, reflejando la preminencia de los viajes entre las pautas de consumo de los españoles, que se viene manteniendo desde los meses de superación de la pandemia y que en este año se ha reflejado con mayor intensidad en términos de gasto que de afluencia y pernoctaciones, registrándose en 2023 un crecimiento del 22,2% del gasto en los destinos españoles. Las pernoctaciones en establecimiento

turísticos reglados superan las registradas en períodos pre-pandemia, con un incremento del 5,5% con respecto a 2019. Este aumento en el volumen de viajes y pernoctaciones se ha trasladado a un mayor incremento en el gasto turístico en parte por la subida de precios para compensar el aumento de costes y la inversión en mejora del producto.

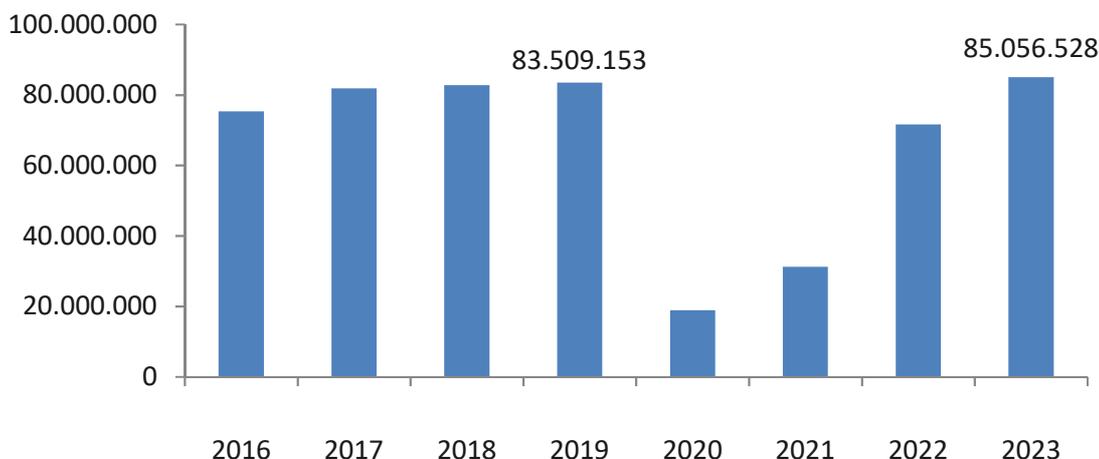
Las pernoctaciones en establecimientos hoteleros han alcanzado la cifra de 121,5 millones, registrando un incremento del 1,62% con respecto a las registradas en 2019. En cuanto a las pernoctaciones en campings, han llegado a los 25,7 millones, experimentando un crecimiento de casi un 22% con respecto al 2019. Las pernoctaciones en apartamentos turísticos han sido 21,8 millones, con un aumento del 14% con respecto al año 2019.

Entre los factores que caracterizan el comportamiento de la demanda nacional en 2023, cabe mencionar:

- La fuerte recuperación del gasto en viajes a destinos nacionales, del 11,1% con respecto a 2022 y del 22,2% en relación con 2019.
- El notable impulso de los viajes interiores por la multiplicación de frecuencias y conexiones de la alta velocidad ferroviaria (40,9% en pasajeros con respecto a 2019) por la entrada de nuevos operadores, que ha reducido precios y ha demostrado como la propia tendencia del mercado impulsa este medio de transporte, sin que haya que implementar medidas restrictivas frente a otros medios de transporte, como el avión para vuelos interiores.
- La tendencia a la polarización del mercado: positivo desempeño de los productos dirigidos a segmentos de mayor capacidad de gasto (3,9% de pernoctaciones en hoteles de 4 y 5 estrellas entre enero-noviembre de 2023 con respecto al mismo periodo de 2019), a la vez que en los de menor coste para el turista (camping 20,9%, apartamentos 13,0% y turismo rural 5,8% y viviendas turísticas 18,4%), replicando el comportamiento de 2022.
- El elevado dinamismo de los viajes de negocios, destacando el segmento de reuniones y congresos. El gasto se eleva en 2023 un 28,1%, respecto a los niveles de 2019, con un 11,5% de los viajes y un 13,9% las noches.
- El aumento generalizado de la estancia en los destinos, como respuesta al encarecimiento de los costes de transporte, especialmente a destinos internacionales, donde la estancia sube un 15,4%, según la Encuesta de Turismo a Residentes, del INE.
- El mantenimiento de la fortaleza del consumo turístico en el último trimestre del año.

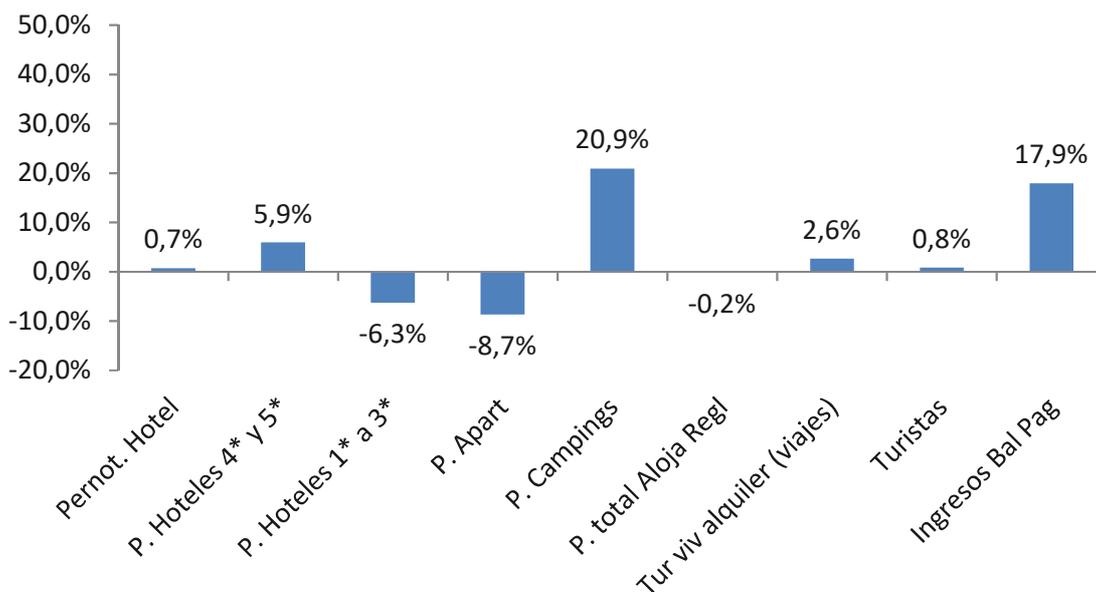
La demanda extranjera acaba el año 2023 con una notable aceleración en su crecimiento, con un aumento del 17,9% con respecto al año 2019, con un mejor balance en ingresos que en afluencia, impulsada por el fuerte aumento de mercados de mayor gasto y el reposicionamiento hacia segmentos de mayor valor en los mercados tradicionales, sin que apenas aumenten los indicadores de volumen respecto a 2019 (2,3% noches y 0,8% turistas).

Gráfico 8 Evolución de la llegada de turistas extranjeros a España (2016-2023)



Fuente: Elaboración propia a partir de Frontur.

Gráfico 9 Indicadores de demanda Internacional. Comparativa % VAR 2023 vs 2019



Fuente: Elaboración propia a partir de Frontur, Egatur y Balanza de Pagos.

En cuanto a los ingresos turísticos de los extranjeros en 2023 se registra un comportamiento positivo, con tan sólo una variación del -3,8% hasta el mes de noviembre con respecto al mismo período de 2019. Estos resultados se deben principalmente al incremento de la estancia media, en un 5,3%, la subida de precios, y el crecimiento de las pernoctaciones en hoteles de categoría superior.

En relación con el comportamiento de los principales mercados emisores, 2023 ha registrado una notable demanda del Reino Unido, superando las cifras pre pandemia de pernoctaciones hoteleras (1,4 millones) en un 2,7% y, especialmente de gasto, con un incremento del 10,5%. En paralelo, Portugal y Francia han mostrado una preferencia por España, exhibiendo incrementos del 26,9% (1,1 millones) y del 5,5% (953 mil), respectivamente en comparación con 2019. Estos aumentos en las pernoctaciones,

junto al comportamiento positivo del Reino Unido, han contrarrestado la disminución de Alemania que ha registrado un descenso del 5% con respecto a 2019 y de los nórdicos, con un importante descenso del 17,2%.

Los países de Europa Central también han experimentado un año positivo. Destacan los crecimientos de Holanda (17,2%), Suiza (10,7%), Austria (10,3) y Bélgica (2,4). A estos se suma el sólido desempeño de Irlanda (26,4%). En contraste, Italia no ha logrado superar las cifras de 2019 (-0,9%).

En términos generales, entre los factores que caracterizan el comportamiento de la demanda internacional en 2023, cabe mencionar:

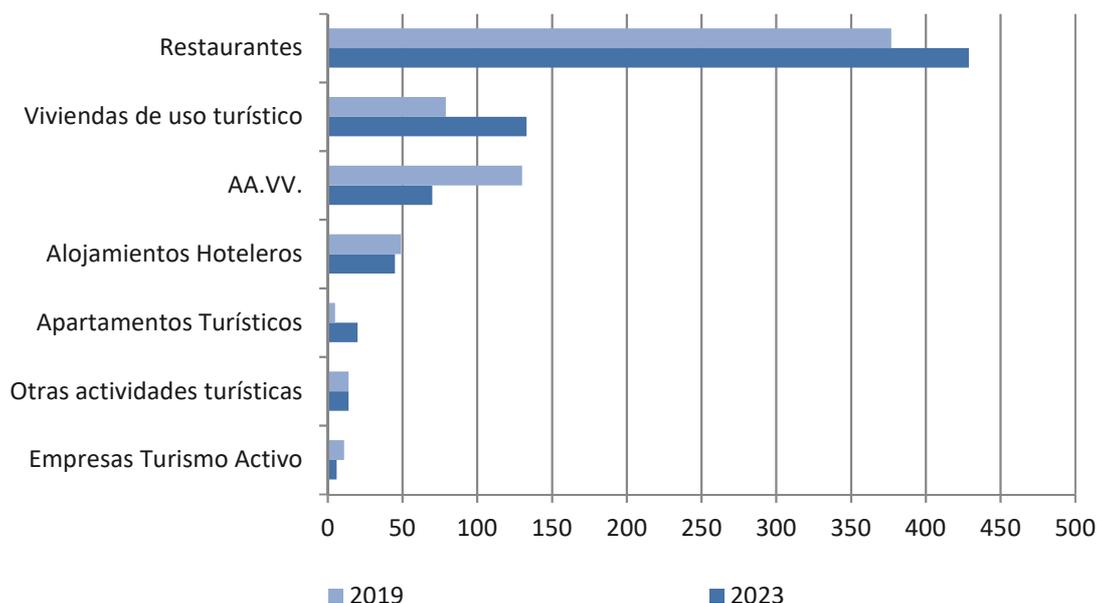
- Positivo patrón de crecimiento de los ingresos, basado en el aumento del gasto medio diario en destino, en un 14,0%, sin apenas incremento agregado de afluencia (2,3% en pernoctaciones), como consecuencia del notable incremento de los turistas de mercados de larga distancia de mayor gasto (EE.UU. Latinoamericanos de alto poder adquisitivo y los asiáticos en el último trimestre), así como el creciente posicionamiento hacia perfiles de mayor gasto en los mercados tradicionales europeos.
- Mayor atractivo y volumen de crecimiento en los productos y destinos diferenciados, que han apostado por la preservación de sus rasgos de identidad y la inversión en nuevos productos alojativos y de ocio. Como indicativos de esta tendencia y a pesar de la escasa disposición de información segmentada, se observa un mayor aumento de la demanda extranjera en los hoteles de 4 y 5* (5,9% crecen las pernoctaciones).
- Aceleración en los ritmos de crecimiento de los indicadores de demanda extranjera en el último trimestre del año, gracias al tirón de los viajes a Canarias, beneficiada por los efectos del conflicto en Oriente Medio, el gran desempeño de las ciudades y el inicio de la recuperación de los mercados asiáticos.

4 El Turismo en Valladolid en 2023

4.1 Oferta turística de la ciudad de Valladolid

La evolución del tejido empresarial relacionado con el turismo en la ciudad de Valladolid, durante los últimos años, refleja, en algunos subsectores, el impacto generado por la pandemia; aunque en términos globales, y conforme a la información obtenida del Sistema de Información Estadística (SIE) de la Junta de Castilla y León, se registra un saldo positivo en el número de empresas turísticas en 2023, con respecto a las registradas en 2019. En 2023, Valladolid cerró el año con un total de 717 empresas turísticas, experimentando un incremento del 7,8 % con respecto a las empresas existentes en 2019.

Gráfico 10. Evolución del número de empresas turísticas en la ciudad de Valladolid entre 2019 y 2023



Fuente: Sistema de Información Estadística (SIE) de la Junta de Castilla y León. Elaboración propia

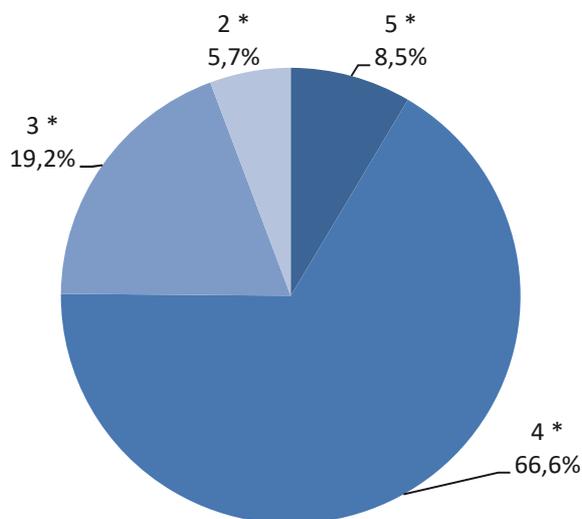
A continuación, se analiza la situación actual de los diferentes subsectores turísticos de Valladolid.

4.1.1 Oferta de alojamiento hotelero

Conforme a los datos del Sistema de Información Estadístico de la Junta de Castilla y León, la ciudad de Valladolid cuenta con un total de 37 establecimientos, entre los que predominan los hoteles que representan el 81% de los establecimientos hoteleros y el 89% de las plazas ofertadas. Por su parte, los hostales y pensiones representan el 19% de los establecimientos y el 11% de las plazas que ofertan el conjunto de establecimientos hoteleros de la ciudad.

En su distribución por categoría, las plazas hoteleras correspondientes a establecimientos de 5 estrellas, que se encuentran localizados en el Área Metropolitana de Valladolid, representan el 2,5% del total; a continuación, los hoteles de 4 estrellas aportan el 65% de la oferta de plazas. Los hoteles de 3 estrellas suponen el 22% de las plazas, y los hoteles de 2 estrellas aportan el 5% de la oferta hotelera de la ciudad.

Gráfico 11. Distribución de la oferta de plazas de establecimientos hoteleros de Valladolid, según categorías (2023)

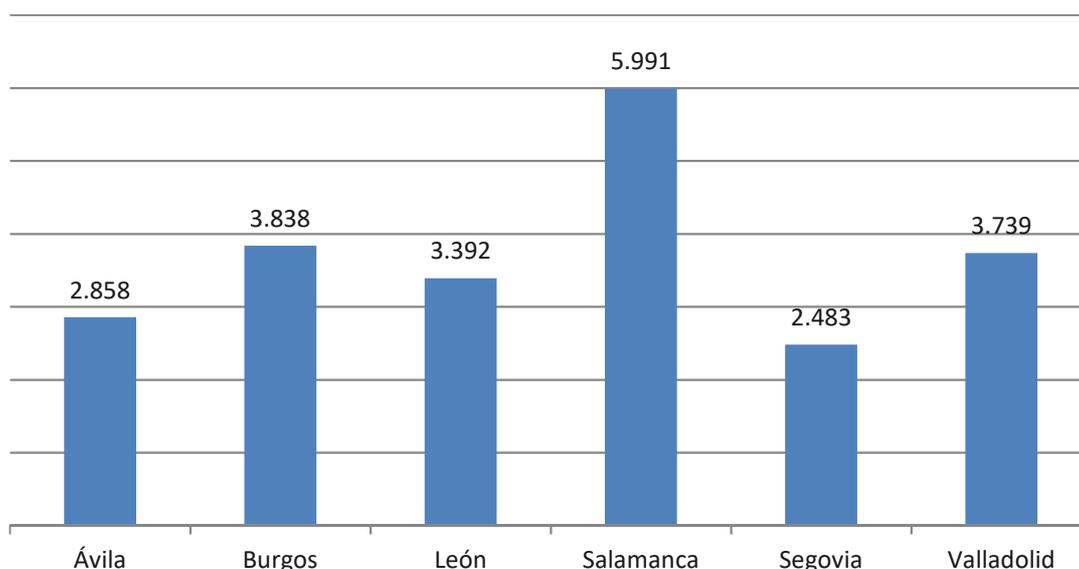


Fuente: Datos de los propios establecimientos hoteleros, y elaboración propia

A los establecimientos hoteleros radicados en la ciudad de Valladolid hay que sumar, por estar incluidos en la oferta que realiza el destino al mercado turístico, otros tres establecimientos hoteleros situados en municipios del área metropolitana de la ciudad de Valladolid. En total, la oferta de alojamiento hotelero de la ciudad de Valladolid (incluyendo las plazas hoteleras de los establecimientos situados fuera de los límites de la ciudad) se estima en 3.739 plazas.

En comparación con los principales destinos urbanos de Castilla y León, Valladolid se sitúa como la tercera ciudad con más oferta hotelera, por detrás de Salamanca, y a corta distancia de Burgos.

Gráfico 12. Oferta de plazas en hoteles de los principales destinos urbanos de Castilla y León, en 2023



Fuente: INE, Encuesta de Ocupación Hotelera. Elaboración propia

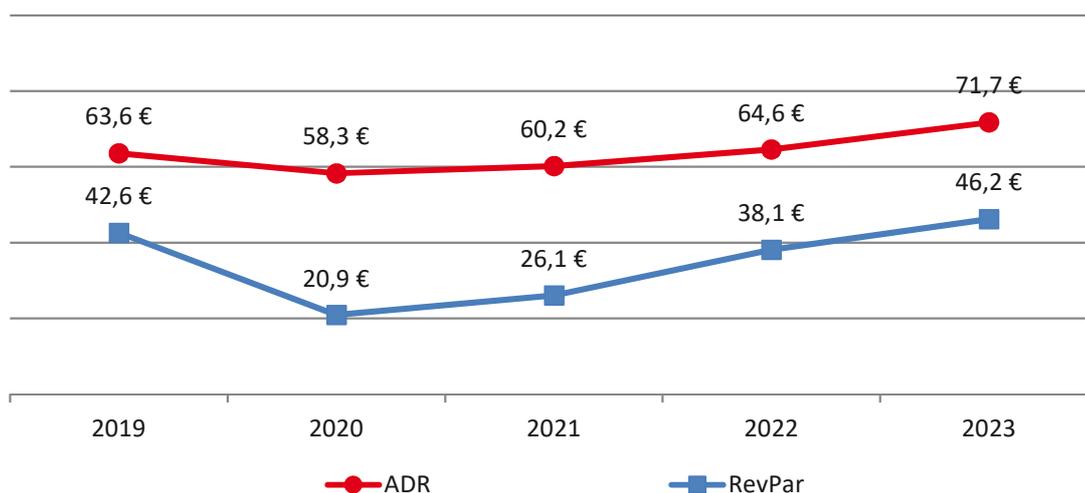
En síntesis, del análisis de la oferta de alojamiento hotelero realizado, se deducen las siguientes conclusiones:

- La oferta superior, en hoteles de 5 estrellas, se localiza a las afueras de la ciudad, en un establecimiento categorizado en el Alfoz de Valladolid (Arroyo de la Encomienda).
- oferta hotelera de la ciudad de Valladolid se concentra en hoteles de categoría superior (4 estrellas).
- La oferta hotelera de gama media (3 y 2 estrellas) no llega al 25 % del total de las plazas hoteleras
- La oferta de plazas en establecimientos de gama inferior (hostales y pensiones) han ido disminuyendo en los últimos años, y en la actualidad representa al más del 10 % del total de las plazas de alojamiento en establecimientos hoteleros.
- Se mantiene el déficit de oferta de **hostels**, establecimientos hoteleros de nuevo formato, orientados a segmentos de mercado de edades más jóvenes.

En relación con la rentabilidad de la oferta hotelera de Valladolid, conforme a los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el **precio medio por habitación disponible** (ADR) registrado para el conjunto de los hoteles de Valladolid fue, en 2023, de 71,7 euros, superando el promedio obtenido para el conjunto de los principales destinos urbanos de Castilla y León, de 66,1 euros.

En cuanto a la evolución del ADR en los hoteles de la ciudad de Valladolid, como se observa en el siguiente gráfico, tras la pandemia se retoma la tendencia del crecimiento de las tarifas hoteleras, situándose por encima de la registrada en 2019, con un incremento del 14,1%.

Gráfico 13. Evolución del ADR de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid, 2019-2023



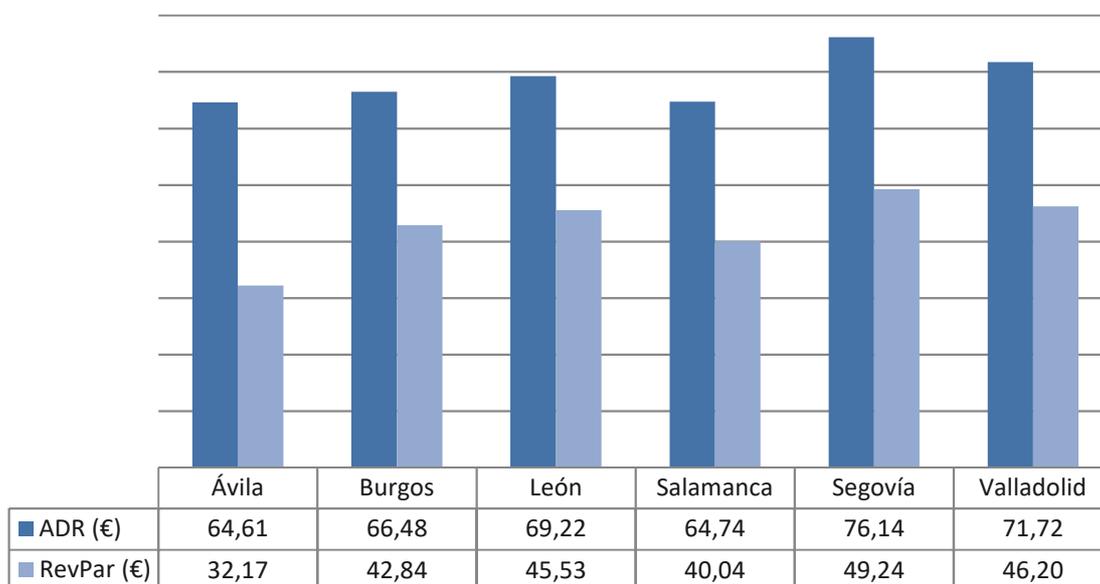
Fuente: INE. Indicadores de rentabilidad del sector hotelero. Elaboración propia

Por su parte el **ingreso medio por habitación disponible** (RevPar) que registraron los hoteles de la ciudad de Valladolid en 2023 ha sido de 46,2 euros, situándose por encima del promedio registrado para el conjunto de los principales destinos urbanos de la región, de 40,17 euros, y superando a ciudades como Salamanca, con 40,4 euros; Burgos, con 42,8 euros; y León, con 45,5 euros.

La evolución del RevPar en los hoteles de la ciudad de Valladolid durante el período de 2019 a 2023 muestra un incremento importante del 21,3 %, con respecto al año 2022, y supera los resultados del 2019 en un 8,4%.

En comparación con los principales destinos turísticos urbanos de Castilla y León, los indicadores de rentabilidad hotelera de los establecimientos de la ciudad de Valladolid se sitúan, en 2023, por encima de la mayor parte de los destinos urbanos emblemáticos de la Región, tan sólo por detrás de Segovia.

Gráfico 14. Indicadores de Rentabilidad Hotelera en los principales destinos urbanos de Castilla y León. (2023)

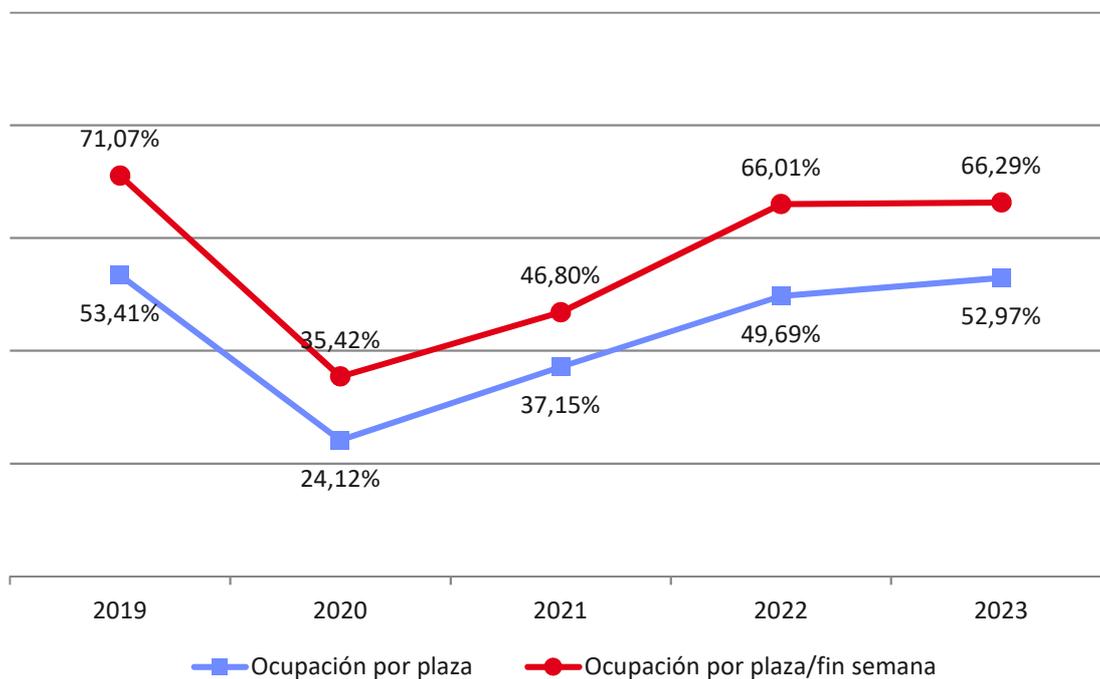


Fuente: INE. Indicadores de rentabilidad del sector hotelero. Elaboración propia

Otro de los indicadores clave con respecto a la rentabilidad de los establecimientos hoteleros es su grado de ocupación con respecto a las plazas disponibles. En relación con este punto el **grado de ocupación por plaza** registrado para el conjunto de los hoteles de la ciudad de Valladolid, en 2023, fue del 52,97%, superando en algo más de 3 puntos la ocupación registrada en 2022, y manteniéndose por encima de la ocupación media registrada para los principales destinos urbanos de Castilla y León (52,7 %). Con respecto a la ocupación registrada en 2019, se observa una notable recuperación de los valores.

En cuanto al **grado de ocupación por plaza en fin de semana**, los establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid registraron en 2023 un 66,29% de ocupación, experimentando un ligero incremento con respecto a 2022, y situándose por encima del promedio de ocupación para los principales destinos urbanos de la región (65,41 %),

Gráfico 15. Evolución del grado de ocupación por plaza y por plaza en fin de semana, en los establecimientos hoteleros de Valladolid (2019-2023)



Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera. Elaboración propia

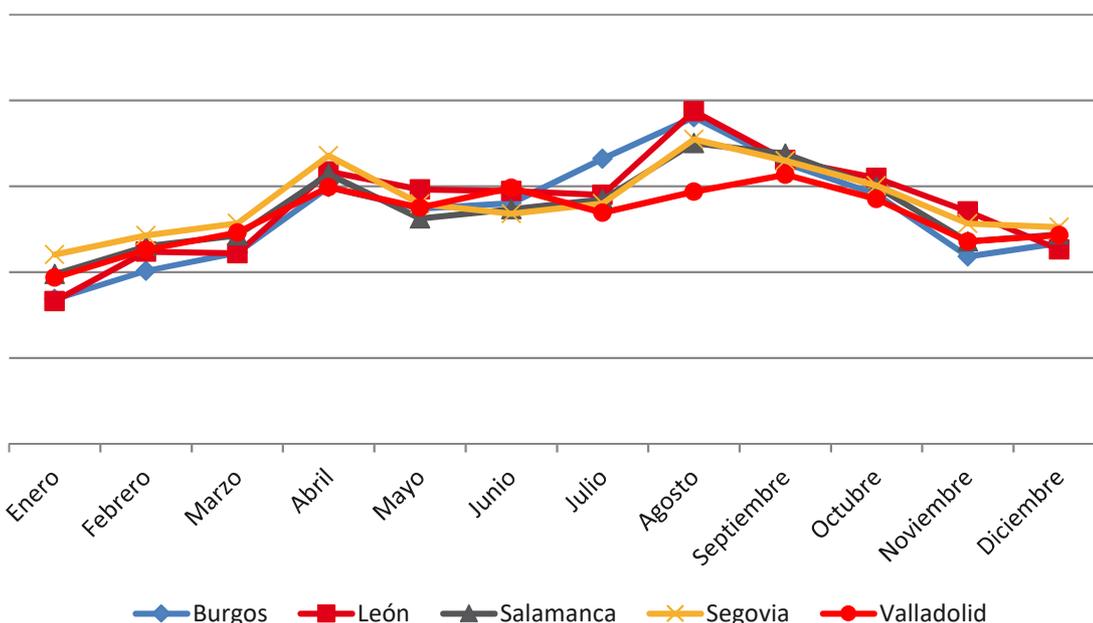
En términos generales, la evolución de la ocupación en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid ha experimentado un ligero crecimiento en 2023 con respecto al año anterior, si bien aún no ha llegado a recuperar los niveles de ocupación de 2019.

En cuanto a la estacionalidad de la afluencia turística (Figura 7), la distribución de la ocupación hotelera en la ciudad de Valladolid, en comparación con la registrada para los principales destinos urbanos de Castilla y León, presenta una tendencia menos estacional, con una mayor homogeneidad en la afluencia turística a lo largo del año.

En todos los destinos urbanos considerados se observan dos periodos de máxima afluencia de la demanda turística, que coincide con los periodos vacacionales de primavera, la Semana Santa y las fiestas del mes de mayo, y el período vacacional estival, principalmente los meses de agosto y septiembre, y un período claro de descenso de la demanda, coincidente con los meses de invierno, especialmente en el período que va de noviembre a marzo.

En el caso concreto de la ciudad de Valladolid, la afluencia en los meses de invierno es mayor que en casi todas las ciudades de referencia, salvo con respecto a Segovia, registrando una mayor ocupación en el período de enero a marzo; y por otro lado, el incremento en el período estival es menor.

Gráfico 16. Distribución de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros en Valladolid y los principales destinos urbanos de Castilla y León, en 2023, por meses (estacionalidad)



Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera. Elaboración propia

4.1.2 Viviendas de Uso Turístico (VUT),

Los resultados del análisis realizado sobre este fenómeno en la ciudad de Valladolid, para los tres últimos años, ponen de manifiesto la creciente importancia de esta nueva oferta de alojamiento turístico, caracterizada por un marco regulatorio poco preciso, y por la falta de un sistema estandarizado de control.

El fenómeno de las VUT responde al desarrollo de plataformas web (*Peer to Peer* o P2P) que ponían en contacto a prestadores de servicios, no siempre profesionales, y consumidores facilitando el acceso de particulares a diferentes servicios que integran la cadena de valor turística.

El éxito de esas plataformas responde en gran medida a los avances tecnológicos, pero también a los nuevos hábitos y cambios de comportamientos de parte de la sociedad que después de un contexto de crisis financiera generalizada, simpatizaba con modelos de negocio ligados a los que comúnmente se agrupa bajo el nombre de la economía colaborativa.

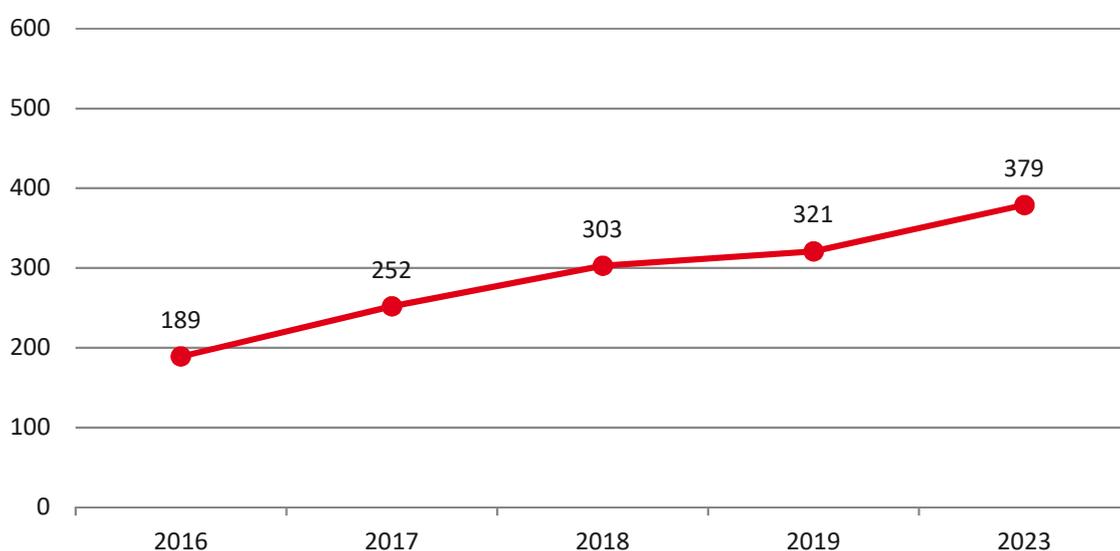
En muchos destinos, especialmente en las ciudades más importantes, las plataformas para alquilar temporalmente viviendas o apartamentos, como Airbnb – verdadero líder de este fenómeno disruptivo – Vrbo (Expedia), Flipkey (TripAdvisor), Rentalia, Niumba (TripAdvisor) y también Booking, entre otras, están produciendo un incremento imprevisto de la capacidad alojativa de los destinos al facilitar el uso turístico de viviendas particulares.

Estas viviendas de uso turístico (VUT) pueden convivir con las de vecinos que residen permanentemente llegando a distorsionar el equilibrio entre la comunidad receptora y los visitantes, especialmente cuando se concentran en los centros de las ciudades o en barrios de gran atractivo turístico.

Dado su número y capacidad, las VUT captan un número significativo de turistas, especialmente de los segmentos más jóvenes y de extranjeros y han comenzado a afectar a la gestión de los destinos y a competir con la oferta profesional regulada. La fuerza de este fenómeno es tal que incluso Booking.com ha comenzado a incluir VUT en su plataforma, hasta ahora centrada en el alojamiento hotelero.

La ciudad de Valladolid no ha quedado al margen de este fenómeno, y al igual que en muchos otros destinos urbanos nacionales e internacionales, ha experimentado en los últimos años un crecimiento exponencial de la oferta de VUT, pasando de 321 alquileres activos en 2019 a 379 alquileres activos en 2023, lo que supone un incremento del 18%, poniendo de manifiesto la relevancia que esta actividad tiene en relación con el desarrollo del turismo en la ciudad, si bien muy alejada, en términos de volumen absoluto, y porcentaje de capacidad alojativa, de los grandes destinos urbanos nacionales.

Gráfico 17. Evolución de los alquileres activos de viviendas turísticas en la ciudad de Valladolid (2016-2023)



Fuente: AirDNA. Elaboración propia

De acuerdo a los datos recopilados por Airdna¹, en la ciudad de Valladolid, en 2023, se ofrecieron 379 viviendas para alojamiento turístico. De estas el 57% son viviendas completas que ofrecen, en promedio, dos dormitorios con una capacidad media de 4,8 plazas. El 36% corresponden a habitaciones privadas en viviendas cuya capacidad media se estima en 1,8 plazas. Y, por último, el 7% corresponden a habitaciones compartidas.

La capacidad total, en 2023, de la oferta de viviendas de uso turístico en la ciudad de Valladolid, representa el 34,2% del total de plazas hoteleras de la ciudad, situándose en torno a las 1.281 plazas, experimentando un incremento del 48% con respecto a las plazas estimadas en 2019. El 81% de las plazas son en viviendas de alquiler completo, mientras que el 19% de las plazas se ofertan en viviendas que alquilar habitaciones privadas.

¹ AirDNA es una consultora que ha desarrollado una herramienta que aporta datos sobre los arrendamientos de viviendas turísticas en todos los mercados.

4.1.3 2.3 Otros subsectores

Finalmente, en relación con otros subsectores turísticos, la ciudad de Valladolid cuenta en la actualidad con 429 establecimientos de restauración (un 13,79% más que en 2019) y un total aproximado de 43.226 plazas (un 16,04% más que en 2019) de las que el 24,8% son en barra y el 75,2% en mesa. La evolución de la oferta evidencia la importancia del sector de la hostelería para el desarrollo turístico de Valladolid, que cuenta en la actualidad con un relevante posicionamiento a nivel nacional e internacional.

Por otro lado, Valladolid cuenta en la actualidad con 20 empresas de servicios turísticos (turismo activo, y otras empresas que prestan servicios complementarios a los turistas), experimentando un descenso del 20% con respecto a las existentes en 2019.

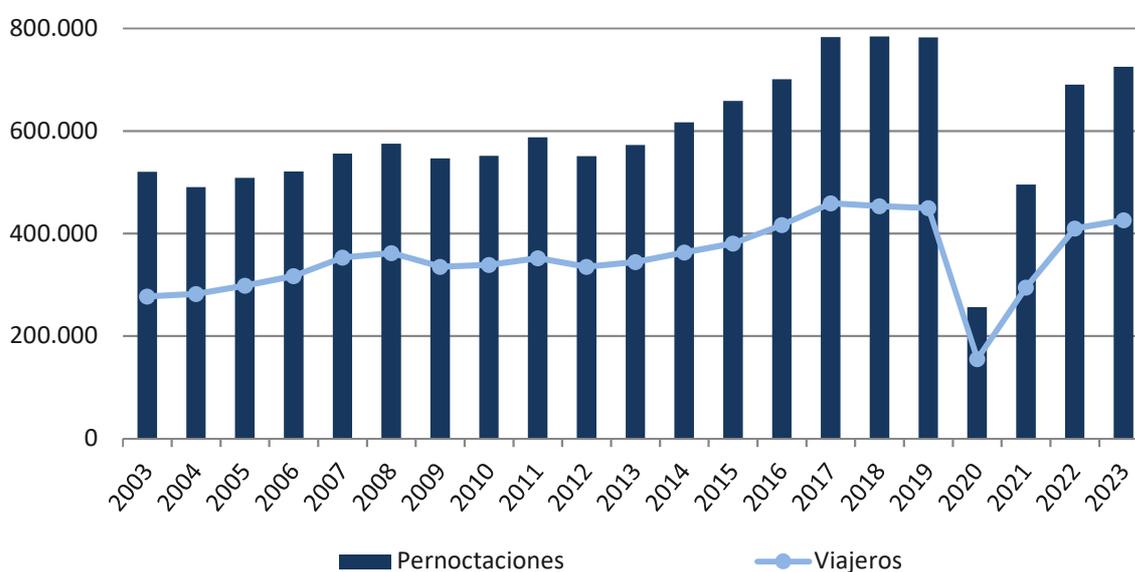
En cuanto a las Agencias de Viajes, la ciudad de Valladolid cuenta con un total de 70, de las que casi la totalidad son de carácter emisor, es decir que comercializan paquetes y servicios para otros destinos nacionales e internacionales; mientras que las agencias receptoras, es decir, aquellas que operan con turistas que llegan a la ciudad de Valladolid, al tiempo que desarrollan producto y ofertas turísticas para consumir en el destino, no superan el 3% del total. En la actualidad, la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid junto con la Asociación de Agencias de Viajes de Valladolid están impulsando el desarrollo del turismo receptor en el destino.

4.2 Demanda turística de la ciudad de Valladolid

La evolución de los turistas alojados en establecimientos hoteleros de Valladolid y de las pernoctaciones, desde 2003 hasta 2019, está caracterizada por el crecimiento, casi ininterrumpido, del 62,27% en relación con los viajeros, y del 50,39% con respecto a las pernoctaciones. La pandemia de la COVID 19 interrumpió drásticamente esta tendencia, avocando al sector turístico a una de las crisis más drásticas que se ha conocido desde que existen registros estadísticos, a nivel nacional e internacional.

No obstante, los resultados de los años posteriores a 2020, presentan un claro y rápido escenario de recuperación de los indicadores turísticos, no sólo como resultado de un incremento en las ganas de viajar, sino también por la adaptación de los destinos y las empresas turísticas a las motivaciones y necesidades de los viajeros de la postpandemia.

Gráfico 18. Evolución viajeros y pernoctaciones 2003-2023



Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera. Elaboración propia

Resulta muy relevante destacar como en los años previos a la pandemia, período en los que se registraron cifras record en Valladolid, así como en muchos otros destinos nacionales, los resultados obtenidos muestran una situación de estancamiento que exige analizar los factores de atracción turística, especialmente la configuración de los productos turísticos.

La ciudad de Valladolid cierra 2023 con un resultado con respecto a la afluencia turística en los alojamientos hoteleros que, a pesar de mantenerse por debajo del obtenido en 2019, presenta una tendencia de recuperación muy notable con respecto a las cifras de dicho año, y registra un incremento importante con respecto a los indicadores obtenidos en años anteriores. En conjunto los resultados de 2023 perfilan un escenario que anticipa la recuperación total de los niveles de la prepandemia.

No obstante, es importante considerar el incremento en la oferta de Viviendas de Uso turístico en Valladolid, como un factor que contribuye a la reducción del número de pernoctaciones en los alojamientos hoteleros. Teniendo en cuenta este factor se puede estimar que estamos en un escenario de total recuperación de los niveles de pernoctaciones con respecto a 2019.

Tabla 1. Indicadores turísticos de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid en 2023, por meses

| | Visitantes | Pernoctaciones | Est. Media (días) | Ocup/Plaza (%) | Ocup / FSem (%) |
|-----------------------|----------------|----------------|-------------------|----------------|-----------------|
| Enero | 25.590 | 43.184 | 1,69 | 38,72% | 54,14% |
| Febrero | 26.673 | 47.433 | 1,78 | 45,18% | 59,65% |
| Marzo | 32.673 | 57.167 | 1,75 | 49,23% | 64,46% |
| Abril | 38.364 | 67.985 | 1,77 | 59,79% | 70,75% |
| Mayo | 36.403 | 64.106 | 1,76 | 55,00% | 70,00% |
| Junio | 39.040 | 67.570 | 1,73 | 59,65% | 76,08% |
| Julio | 39.117 | 62.816 | 1,61 | 53,82% | 62,54% |
| Agosto | 43.020 | 66.385 | 1,54 | 58,73% | 67,33% |
| Septiembre | 40.364 | 71.239 | 1,76 | 62,68% | 74,09% |
| Octubre | 37.293 | 66.820 | 1,79 | 57,01% | 73,40% |
| Noviembre | 33.935 | 55.342 | 1,63 | 47,17% | 64,27% |
| Diciembre | 31.284 | 59.628 | 1,91 | 48,63% | 58,72% |
| TOTAL/PROMEDIO | 423.756 | 729.675 | 1,73 | 52,97% | 66,29% |

Fuente: INE. *Encuesta de Ocupación Hotelera*. Elaboración propia

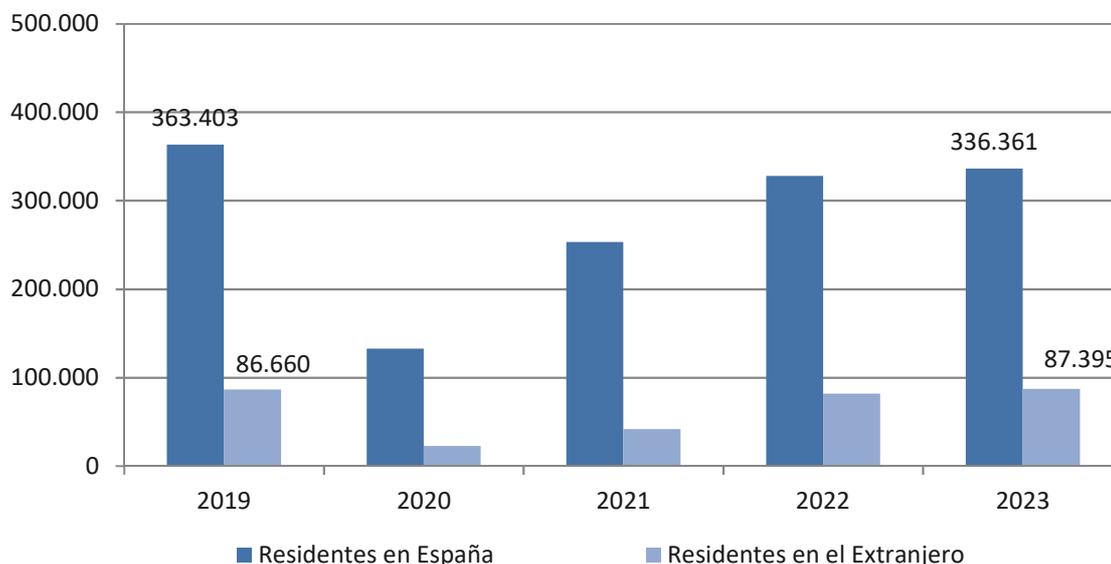
Conforme a los datos del INE (*Encuesta de Ocupación Hotelera*) los establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid recibieron en 2023 **un total de 423.756 turistas**, registrando un incremento del 3,39% con respecto a los datos obtenidos en 2022. En comparación con 2019, año prepandémico, que además registró un récord en el conjunto de indicadores turísticos, la variación es de un -5,85%, confirmando la tendencia de recuperación de la actividad turística en Valladolid.

En cuanto a la distribución de los turistas según su lugar de residencia, los residentes en España (turismo interno) que se alojaron en 2023 en alguno de los establecimientos hoteleros de Valladolid alcanzaron la cifra de 336.361 visitantes, que representan el 79% del total, registrando ligero incremento del 2,52%, con respecto a los resultados del año anterior.

Por su parte, los turistas no residentes en España (turismo internacional) llegaron a los 87.395 turistas, representando el 21% del total, experimentando un aumento de casi el 8%, con respecto a los visitantes extranjeros que Valladolid recibió en 2022.

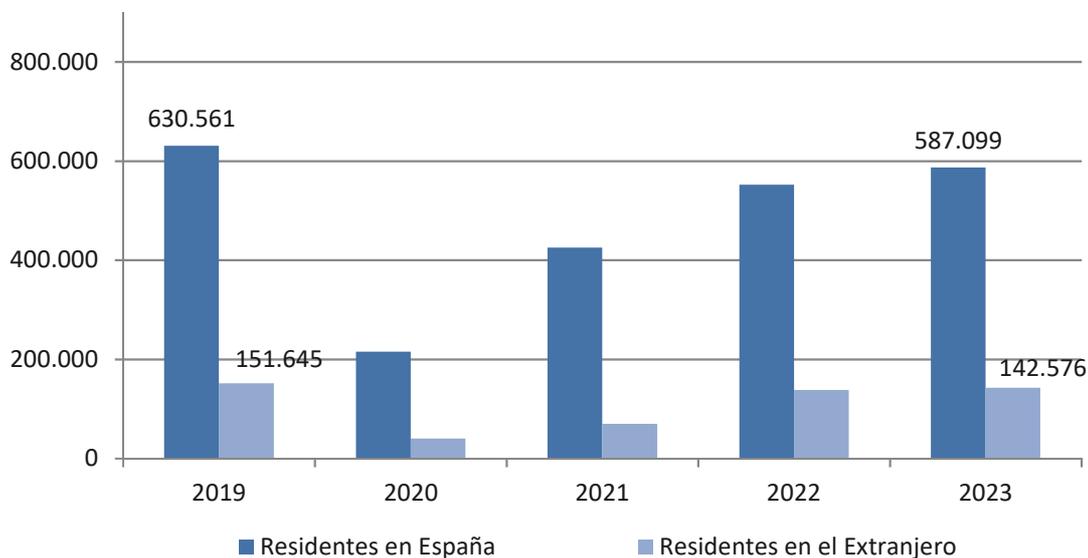
En comparación con los resultados obtenidos antes de la pandemia los turistas residentes en España presentan una variación de -7,44% con respecto a los datos de 2019. En cuanto a los turistas extranjeros, se supera ligeramente, en casi un 1%, las cifras alcanzadas en 2019, afianzando la recuperación del posicionamiento de Valladolid en los mercados internacionales.

Gráfico 19. Evolución del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid según lugar de residencia (2019-2023)



Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera. Elaboración propia

Gráfico 20. Evolución de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid según lugar de residencia. (2019-2023)



Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera. Elaboración propia

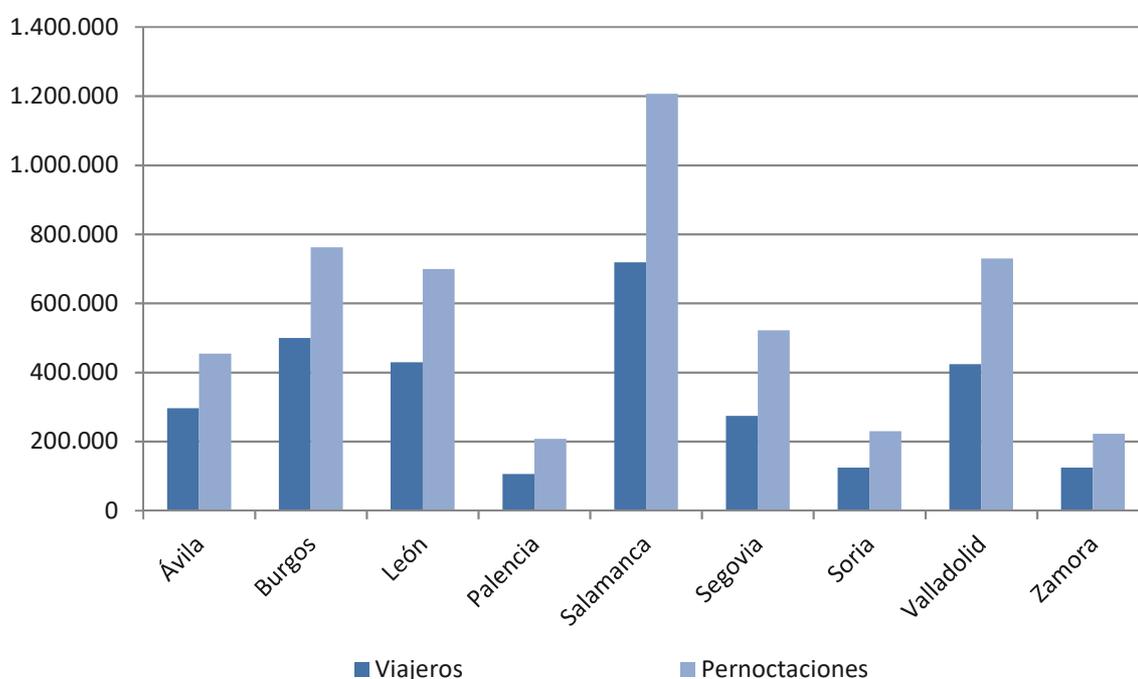
Por su parte, en relación con las pernoctaciones, la ciudad de Valladolid registró en 2023 un total de **729.675 pernoctaciones** en establecimientos hoteleros, experimentando un crecimiento del 5,68% con respecto a las pernoctaciones de 2022, En relación con el año 2019 las pernoctaciones muestran también notables signos de recuperación con una tasa de variación que se sitúa en el -6.72%, lo que supone haber recuperado casi el 95% de las pernoctaciones hoteleras previas a la pandemia.

No obstante, es importante señalar que considerando el incremento de la oferta de Viviendas de Uso Turístico en Valladolid, el balance final tanto en relación con las pernoctaciones totales registradas en Valladolid como la afluencia turística al destino han superado en 2023 los niveles previos a la pandemia.

En relación con el lugar de procedencia, los **turistas residentes en España**, con 587.099 pernoctaciones, que representan el 80% del total de las pernoctaciones realizadas, registran un incremento del 6,35% con respecto al año anterior. Y, por su parte, los **turistas no residentes en España**, con 142.578 pernoctaciones, experimentan un crecimiento del 3,02% con respecto a las registradas en 2022.

En comparación con los resultados obtenidos en el resto de las capitales de provincia de Castilla y León en 2023, la ciudad de Valladolid se sitúa entre los principales destinos urbanos de la región, por detrás de Salamanca y Burgos, y superando a León en número de pernoctaciones.

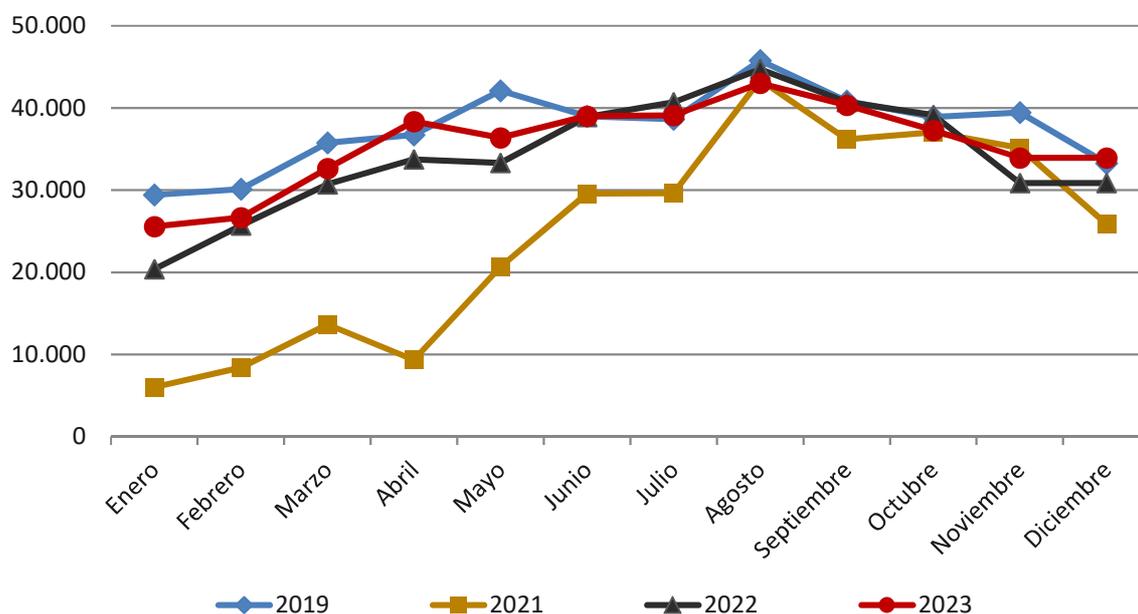
Gráfico 21. Viajeros y Pernoctaciones en establecimientos hoteleros en los principales destinos urbanos de Castilla y León en 2023



Fuente: INE. *Encuesta de Ocupación Hotelera*. Elaboración propia

En cuanto a la estacionalidad de la afluencia turística en Valladolid, la distribución mensual de las pernoctaciones en los establecimientos hoteleros de Valladolid en 2023, se observa una afluencia más repartida a lo largo del año, si bien en conjunto se reproduce el patrón registrado en años anteriores, caracterizado por un primer trimestre con una afluencia contenida, y una mayor homogeneidad en las estancias durante el resto del año, siendo los meses de verano los que registran una mayor afluencia de visitantes.

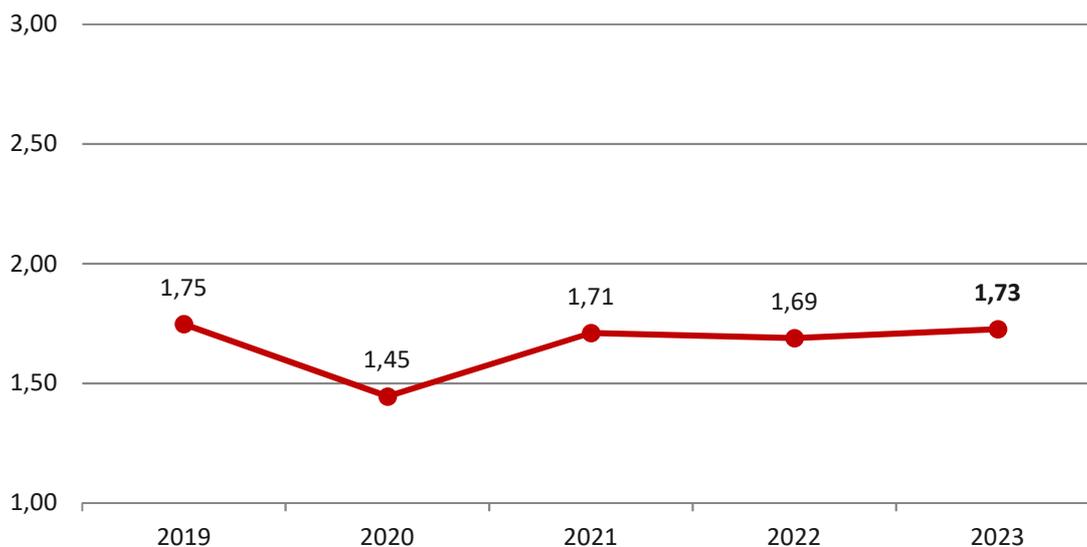
Gráfico 22. Pernoctaciones en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid en 2019 y 2023, por meses



Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera. Elaboración propia

En relación con la **estancia media** de los turistas alojados en los establecimientos hoteleros de Valladolid, **el promedio para el conjunto del año 2023 ha sido de 1,73 días de estancia**, registrando un incremento con respecto al obtenido en 2022, y acercando el indicador a los niveles de 2019 (1,74 días de estancia media).

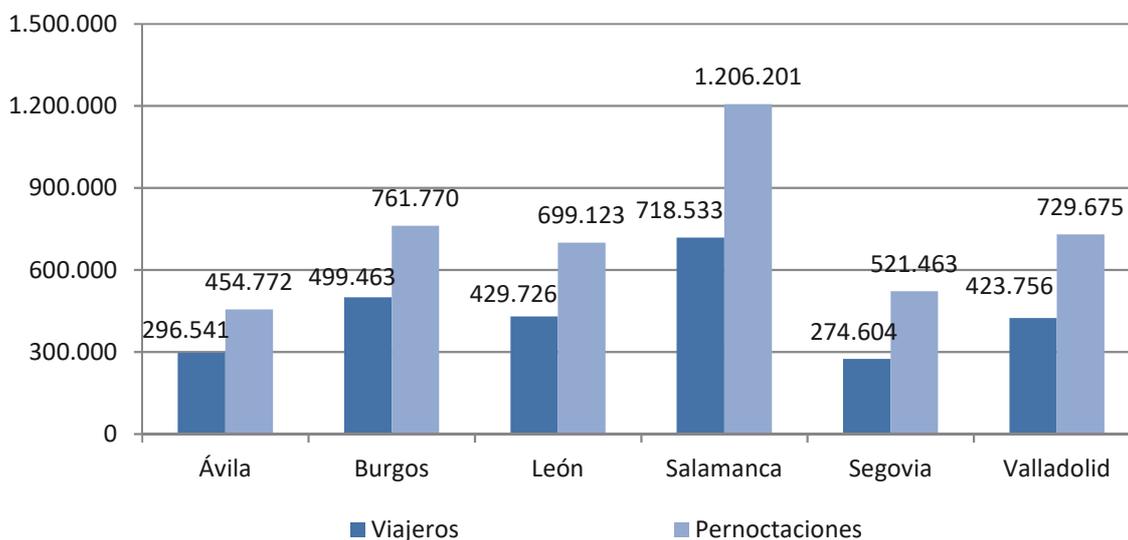
Gráfico 23. Estancia media de los turistas alojados en establecimientos hoteleros de Valladolid, por meses de 2019 a 2023. (días de estancia)



Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera. Elaboración propia

En relación con los indicadores de demanda turística, Valladolid se sitúa como uno de los principales destinos urbanos de Castilla y León, superando en pernoctaciones a León, Segovia y Ávila.

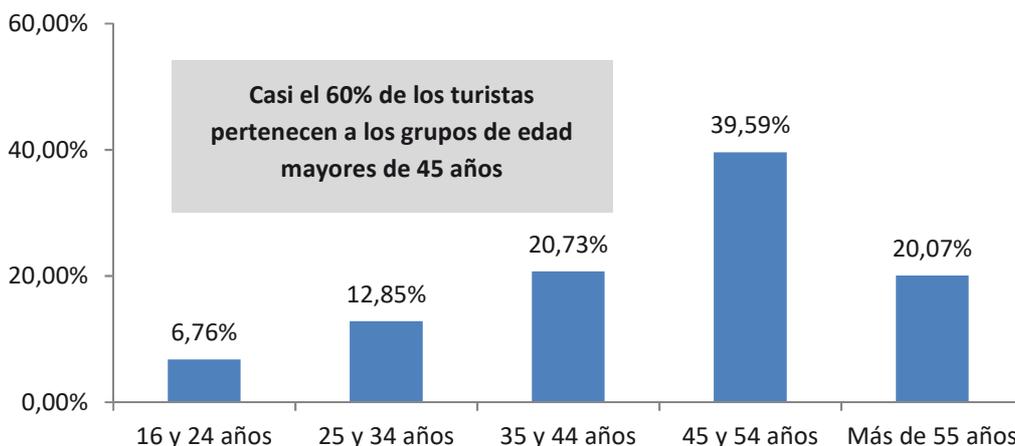
Gráfico 24. Viajeros y pernoctaciones en alojamientos hoteleros de los principales destinos urbanos de Castilla y León, en 2023.



Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera. Elaboración propia.

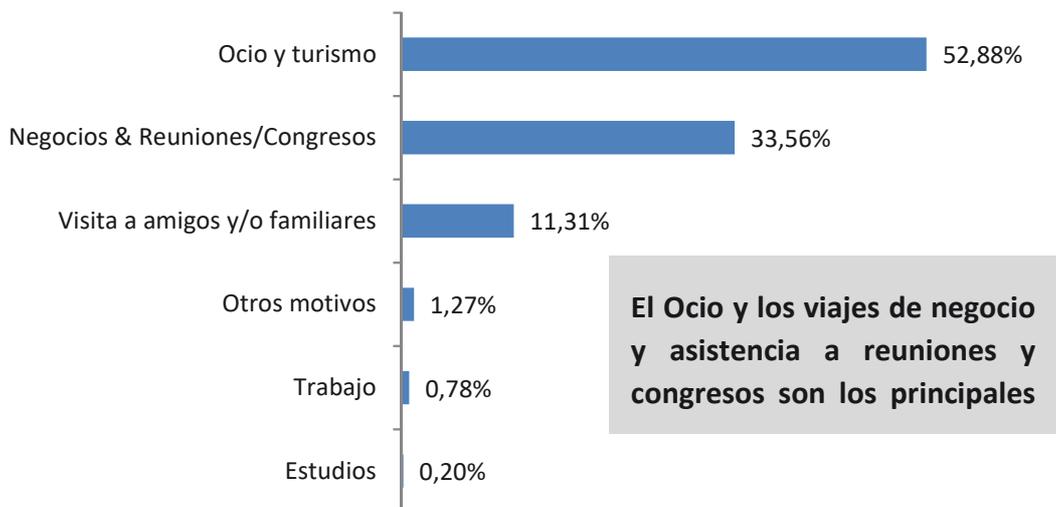
En relación con el perfil y las características y el comportamiento de consumo de la actual demanda turística de la ciudad de Valladolid, casi el 60% de los turistas que la visitan son mayores de 45 años, siendo el grupo de 45 a 54 años, el más numeroso. Los resultados obtenidos en anteriores estudios muestran a Valladolid como un destino especialmente atractivo para los visitantes pertenecientes a los grupos de edad adulta.

Gráfico 25. Turistas que visitan la ciudad de Valladolid, según grupos de edad. 2023 (%)



Fuente: Observatorio Turístico de la ciudad de Valladolid. Elaboración propia

Gráfico 26. Motivos principales de la visita a la ciudad de Valladolid. 2023 (%)

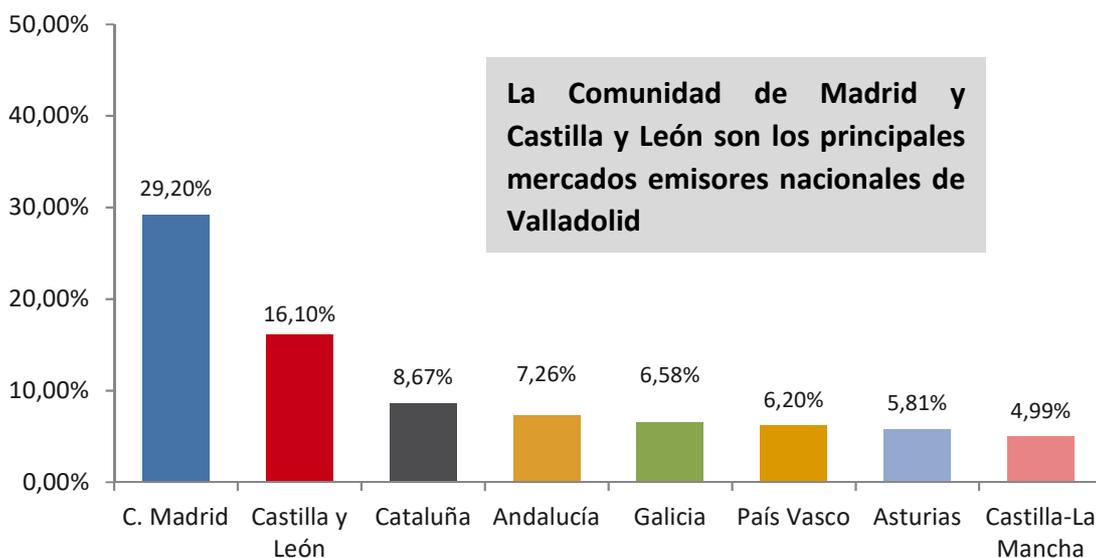


Fuente: Observatorio Turístico de la ciudad de Valladolid. Elaboración propia

En relación con la motivación del viaje, el principal motivo de los visitantes para viajar a la ciudad de Valladolid es el **ocio**, declarado por casi el 53% de los turistas que visitan la ciudad; por su parte, el turismo de negocios representa casi el 35% de los turistas que viajan a Valladolid, de los que más de la mitad viajan a la ciudad para asistir a una reunión o congreso; y finalmente el 11% viajan a Valladolid para visitar a familiares y amigos.

En cuanto a la procedencia de los turistas nacionales que visitan la ciudad de Valladolid, se continúa con un claro predominio de la Comunidad de Madrid, de donde procede el 29,2% de los viajeros alojados en la ciudad de Valladolid durante 2022 (casi 120.000 viajeros).

Gráfico 27. Turistas nacionales que visitan la ciudad de Valladolid, según Comunidad Autónoma de origen. 2023 (%)

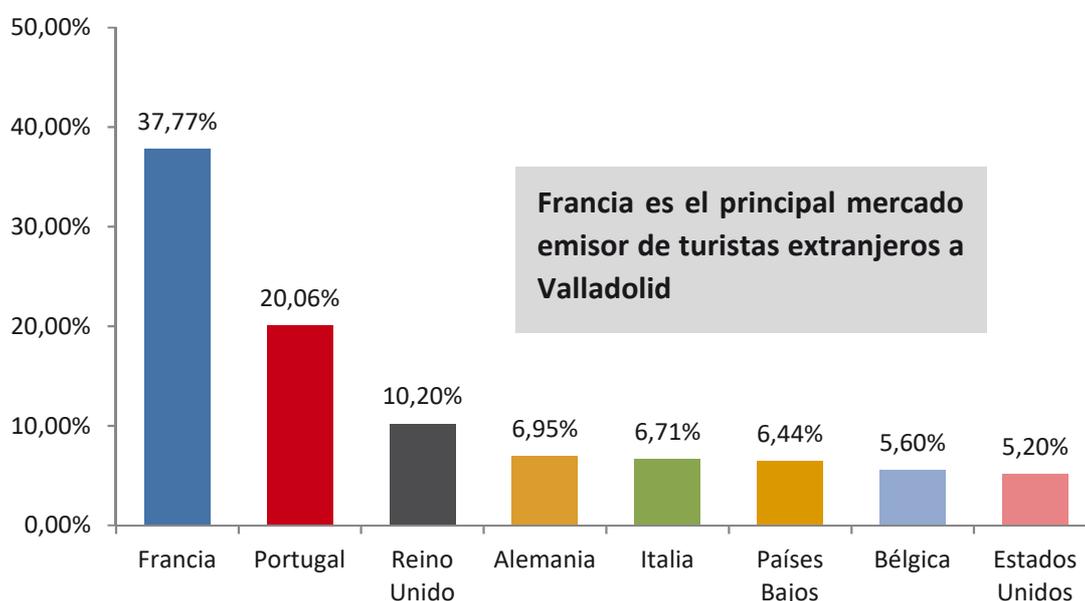


Fuente: Observatorio Turístico de la ciudad de Valladolid.INE (E.O.H). Elaboración propia

A continuación, el 16,1%% de los turistas nacionales que visitaron Valladolid y se alojaron en sus establecimientos hoteleros, (66.000 viajeros), residen en la propia región de Castilla y León. A continuación, Cataluña, es la tercera comunidad emisora, aportando el 8,67% de los visitantes alojados en los hoteles de Valladolid; le sigue Andalucía, de donde procede el 7,26% de los turistas. Galicia y el País Vasco aportan el 6,58% y el 6,20% de los turistas, respectivamente, Y, finalmente, Asturias y Castilla – La Mancha son la región de residencia del 5,8% y el 4,9% de los turistas que visitan Valladolid.

En relación con la demanda turística internacional que visita la ciudad de Valladolid, y que como ya se señaló anteriormente, representa el 21% del total de turistas que se alojan en los establecimientos hoteleros de la ciudad en 2022, más del 75% proceden de algún país de la Unión Europea (61.322 viajeros), siendo este mercado uno de los principales centros emisores de turistas a nivel internacional.

Gráfico 28. Turistas extranjeros que visitan la ciudad de Valladolid, según país de origen. 2023 (%)



Fuente: Observatorio Turístico de la ciudad de Valladolid. Elaboración propia

Francia es el país del que proceden casi el 37,7% de los turistas extranjeros que visitaron Valladolid en 2022(30.825 viajeros), ámbitos territoriales entre los que existen vínculos económicos y sociales, dado que en Valladolid se localizan importantes empresas de origen francés, del sector de la automoción, como es el caso de Renault y Michelin, lo que constituye el motivo de un importante número de viajes a la ciudad.

El 20,6% de los turistas extranjeros que visitan la ciudad proceden de Portugal (16.400 viajeros), país vecino con el que la ciudad de Valladolid posee una buena conexión a través de la A-62 (E-80) que constituye un importante eje de comunicación Portugal-Francia, a través de Castilla y León, y que en los últimos años ha incrementado de manera relevante el número de turistas que visitan Valladolid. Por otro lado, el 10,2% de los turistas extranjeros proceden del Reino Unido (8.340 viajeros); el 6,9% (5.642 viajeros) de Alemania; y el 6,71% (5.486 viajeros) de Alemania.

Índice de Gráficos

| | |
|--|----|
| Gráfico 1 Evolución en la llegada de viajeros internacionales en el Mundo y Europa, en el período de 2019-2023 (millones). | 4 |
| Gráfico 2 Evolución en la llegada de viajeros internacionales en el Mundo y Europa (% de variación en la llegada de viajeros con respecto a 2022, 2021 y 2019) | 4 |
| Gráfico 3 Distribución, por meses, de la llegada de viajeros internacionales a Europa en 2023 | 5 |
| Gráfico 4 Evolución del PIB Turístico en España. 2010-2023. (millones de euros) | 7 |
| Gráfico 5 Evolución de la participación del turismo en el PIB nacional. | 7 |
| Gráfico 6 Variación (%) del PIB turístico mensual en 2023 | 8 |
| Gráfico 7 Indicadores de demanda nacional. Comparativa % VAR 2023 vs 2019 | 9 |
| Gráfico 8 Evolución de la llegada de turistas extranjeros a España (2016-2023) | 11 |
| Gráfico 9 Indicadores de demanda Internacional. Comparativa % VAR 2023 vs 2019 | 11 |
| Gráfico 10. Evolución del número de empresas turísticas en la ciudad de Valladolid entre 2019 y 2023 | 13 |
| Gráfico 11. Distribución de la oferta de plazas de establecimientos hoteleros de Valladolid, según categorías (2023) | 14 |
| Gráfico 12. Oferta de plazas en hoteles de los principales destinos urbanos de Castilla y León, en 2023 | 14 |
| Gráfico 13. Evolución del ADR de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid, 2019-2023 | 15 |
| Gráfico 14. Indicadores de Rentabilidad Hotelera en los principales destinos urbanos de Castilla y León. (2023) | 16 |
| Gráfico 15. Evolución del grado de ocupación por plaza y por plaza en fin de semana, en los establecimientos hoteleros de Valladolid (2019-2023) | 17 |
| Gráfico 16. Distribución de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros en Valladolid y los principales destinos urbanos de Castilla y León, en 2023, por meses (estacionalidad) | 18 |
| Gráfico 17. Evolución de los alquileres activos de viviendas turísticas en la ciudad de Valladolid (2016-2023) | 19 |
| Gráfico 18. Evolución viajeros y pernoctaciones 2003-2023 | 21 |
| Gráfico 19. Evolución del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid según lugar de residencia (2019-2023) | 23 |
| Gráfico 20. Evolución de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid según lugar de residencia. (2019-2023) | 23 |
| Gráfico 21. Viajeros y Pernoctaciones en establecimientos hoteleros en los principales destinos urbanos de Castilla y León en 2023 | 24 |
| Gráfico 22. Pernoctaciones en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid en 2019 y 2023, por meses | 25 |
| Gráfico 23. Estancia media de los turistas alojados en establecimientos hoteleros de Valladolid, por meses de 2019 a 2023. (días de estancia) | 25 |
| Gráfico 24. Viajeros y pernoctaciones en alojamientos hoteleros de los principales destinos urbanos de Castilla y León, en 2023. | 26 |
| Gráfico 25. Turistas que visitan la ciudad de Valladolid, según grupos de edad. 2023 (%) | 26 |
| Gráfico 26. Motivos principales de la visita a la ciudad de Valladolid. 2023 (%) | 27 |
| Gráfico 27. Turistas nacionales que visitan la ciudad de Valladolid, según Comunidad Autónoma de origen. 2023 (%) | 27 |

Gráfico 28. Turistas extranjeros que visitan la ciudad de Valladolid, según país de origen. 2023 (%) 28

Índice de Tablas

Tabla 1. Indicadores turísticos de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Valladolid en 2023, por meses 22

Balance del turismo en la ciudad de Valladolid

Informe 2023



Miembro colaborador de  Red DTI
Red de Destinos Turísticos Inteligentes

TURISMO EN VALLADOLID

Plan Estratégico de Turismo Sostenible 2024/2027



www.info.valladolid.es



SMTVA

Sociedad Mixta para la Promoción
del Turismo de Valladolid S.L.

Plaza Mayor, 1. 47001 Valladolid (ES)
+34 983 21 93 10 | informacion@valladolidturismo.com

