


Buscador general

Palabra o frase

Acceso usuarios registrados
Agenda del Gobierno
Consejos de Gobierno
Comunicados
Notas de Prensa
Otra documentación
Restringido
Canal de televisión

Alta usuario registrado

Síguenos en Facebook

Síguenos en Twitter

Síguenos en YouTube

Guía de Comunicación JCyL

Guía de Medios


El Plan de Promoción exterior de Turismo Rural de Turespaña reforzará la estrategia de internacionalización puesta en marcha por la Junta

Alicia García aplaude la llegada de este Plan de Promoción en un momento como el actual y ha destacado que se trata de un plan importante, oportuno, beneficioso para la Comunidad, generoso con Castilla y León, y un aliado perfecto para el trabajo que se desarrolla desde la Consejería. El Plan es fruto, y uno de los primeros logros, del impulso liderado por Castilla y León con las comunidades autónomas de interior en las aportaciones al Plan Nacional Integral de Turismo y con todas las comunidades autónomas españolas en la homogeneización nacional de los principales elementos de definición del turismo rural para conseguir una regulación armonizada de este producto turístico.

28 de junio de 2013

Castilla y León | [Consejería de Cultura y Turismo](#)
Escuchar contenido

Enviar contenido

Imprimir contenido
Compartir


La consejera de Cultura y Turismo, Alicia García, y el director de Turespaña, Manuel Butler, han presentado el Plan de Promoción diseñado por Turespaña para el Turismo Rural. Este Plan persigue incrementar las pernoctaciones de turistas extranjeros en el turismo rural y mejorar el posicionamiento de España en este subsector. Con un presupuesto de 593.000 euros, el Plan desarrolla 480 acciones a través de la colaboración entre las oficinas españolas de turismo en el extranjero y las comunidades autónomas españolas. Las acciones se desarrollarán con público final y con agentes turísticos, a través de viajes de prensa y mediante marketing tanto online como directo en mercados prioritarios para este tipo de turismo como son el alemán, francés, portugués, italiano y británico, además de Escandinavia y Europa del Este. El Plan buscará una mejora del posicionamiento global del destino 'España' dentro del Turismo Rural, a lo que se sumará que al menos un tercio de las acciones del Plan tendrán como protagonista directo el destino 'Castilla y León'.

Un Plan importante, oportuno y beneficioso para Castilla y León

Un Plan importante porque hará más visible en el exterior el turismo rural español y, en especial, el de Castilla y León como comunidad líder; oportuno porque da respuesta a una de las grandes necesidades del turismo rural como es la internacionalización; beneficioso para Castilla y León porque ayudará a sacar al exterior nuestra oferta de la Comunidad; generoso también con Castilla y León porque, además de las acciones globales, al menos en un tercio de las acciones específicas el protagonista será el destino 'Castilla y León'; y un aliado perfecto para Castilla y León y para la Consejería de Cultura y Turismo en cuanto que el Plan complementa a la perfección la estrategia de internacionalización que se puso en marcha por parte de la Junta de Castilla y León.

Alicia García ha agradecido al director de Turespaña que se haya elegido Castilla y León para la presentación nacional de un Plan de Promoción que va a beneficiar al turismo rural de toda España pero en el que Castilla y León, como líderes nacionales de este sector, va a tener la oportunidad de dar a conocer su oferta de turismo rural en los mercados internacionales y reforzar esa posición de liderazgo.

La consejera de Cultura y Turismo ha insistido en que el Plan de Promoción resulta especialmente importante en la medida que coincide en muchos de sus planteamientos con la estrategia turística de la Consejería, y ha destacado el peso que Castilla y León tiene dentro de la previsión de acciones promocionales contenidas en el Plan, ya que acapara al menos un tercio de las acciones específicas. Al mismo tiempo, los objetivos incluidos en el Plan coinciden en gran medida con los objetivos marcados por el Plan de Marketing Turístico de Castilla y León en cuanto a la mejora de los datos de pernoctaciones e incremento de la estancia media, que repercutirá de forma favorable en los alojamientos rurales de la Comunidad. Alicia García también ha destacado que este Plan contempla como mercados prioritarios Alemania, Francia, Portugal y Reino Unido, los mismos que se definen en el Plan de Marketing Turístico de Castilla y León como mercados clave en el ámbito del turismo rural.

Se trata de un complemento perfecto a la estrategia que desarrolla la Consejería de Cultura y Turismo que va a permitir obtener un mayor retorno de las propias acciones

de promoción y comercialización que se desarrollan. Alicia García ha anunciado que desde la Consejería se va a seguir intensificando la internacionalización, el apoyo a la comercialización a través de la elaboración de producto, la especialización turística como factor de diferenciación de destino, el impulso de alianzas estratégicas entre empresarios, a los convenios con las asociaciones empresariales, o a la promoción del turismo rural a través de la web o de redes sociales.

Alicia García, ha reconocido que este Plan llega en el momento más adecuado y ha recordado que el Plan de internacionalización de turismo rural responde a un compromiso asumido por Turespaña motivado por la consecución de hitos en los que Castilla y León ha tenido un papel protagonista: el consenso de las comunidades autónomas de interior con el liderazgo de Castilla y León en las aportaciones al Plan Nacional Integral de Turismo y la homogeneización nacional de los principales elementos de definición del turismo rural para conseguir una regulación armonizada de este producto turístico por parte de las distintas comunidades autónomas.

Castilla y León líder en turismo rural

García ha recordado que Castilla y León es la Comunidad líder en España en turismo rural con más del 20 % de viajeros y pernoctaciones, más de 4.000 alojamientos y 35.000 plazas. En el último dato hecho público por el INE, que se corresponde con los cinco primeros meses del año, Castilla y León acaparó el 22,63 % de los viajeros y el 20,34 % de las pernoctaciones del conjunto de España. Este dato supone que, a pesar de las dificultades derivadas de la reducción de la demanda nacional, la cuota del mercado de turismo rural en Castilla y León no sólo no ha bajado respecto a 2012 sino que se ha incrementado en más de tres puntos en número de pernoctaciones. En el conjunto del pasado año Castilla y León acaparó el 22'08 % de los viajeros y el 17'99% de las pernoctaciones por lo que no sólo se mantiene el liderazgo de la Comunidad sino que se refuerza en este año. Los datos del INE del mes de mayo son positivos para Castilla y León ya que crecen un 3,9 % las pernoctaciones en turismo rural, aunque se sufra un descenso del 2,3 % en el número de visitantes. Los datos de hoteles y hostales del mes de mayo indicaron un aumento tanto en las pernoctaciones como en el número de viajeros del 7 %.

La encuesta FRONTUR correspondiente al mes de mayo de 2013 indica que en Castilla y León se ha producido un crecimiento de los viajeros extranjeros de un 4,48 % con respecto al mismo mes del año 2012, y en lo que se refiere al acumulado enero-mayo 2012-2013 existe un crecimiento de viajeros extranjeros de un 3,25 %. En turismo rural, de acuerdo con los datos del estudio mensual de la DG de Turismo, en el periodo acumulado enero-mayo de 2013 se han producido crecimientos de la demanda extranjera tanto en viajeros, un 38,81 %, como en pernoctaciones de un 16,15 %.

