



Nota de prensa

Dirección de Comunicación

jueves, 25
noviembre 2010

1/3

Junta de Castilla y León

Entre enero y octubre la creación de empleo en el sector turístico ha aumentado un 0,7% en Castilla y León respecto al mismo periodo del año anterior, situándose en un total de 69.522 trabajadores, lo que demuestra su solidez y resistencia ante la crisis. Además, la Comunidad sigue siendo líder en turismo rural, con un incremento del 5,6% en el número de viajeros y de un 9,5% en el de establecimientos.

Castilla y León muestra su oferta en INTUR a través de la utilización de las redes sociales

Como novedad, durante los cuatro días de la feria se pondrá en marcha la plataforma www.inturcastillayleon.com para presentar los productos de Castilla y León y poder seguir en directo todos los acontecimientos que ocurran en el stand. Tanto el público que visite la feria como el usuario de cualquier parte del mundo podrán descargarse contenidos sobre los productos turísticos que ofrece Castilla y León. Redes sociales, microdebates sobre turismo en la red, descarga de contenidos o intercambios virtuales que ponen a Castilla y León en primera línea en cuanto a la innovación y la tecnología en la promoción turística del presente y del futuro. La representación de las redes sociales se realizará mediante conexiones en directo con Burgos y Segovia, candidatas a la capitalidad europea en 2016

El presidente de la Junta de Castilla y León, Juan Vicente Herrera, ha inaugurado la Feria INTUR, que alcanza este año su decimocuarta edición con una perspectiva del sector turístico muy positiva, según se desprende de los datos recogidos hasta octubre de 2010 y tras su comparación con el mismo periodo del año anterior. El sector turístico continúa creando empleo, con un crecimiento del 0,69% respecto a esa misma fecha del año 2009. Pero además, no sólo crea empleo sino que ha conseguido una cifra record de empleados en un año de crisis, con 69.522 empleados, superando el número de empleos en el sector en septiembre del año 2007, que fue el mejor año del sector turístico de Castilla y León.

Otro de los indicadores más valiosos de este auge es el incremento del número de viajeros, de un 1,35% entre enero y octubre de este año respecto al mismo periodo del año anterior, y el aumento de las pernoctaciones, en un 1,27%. En turismo rural existe un crecimiento del 9,5% en el número de establecimientos y de un 8,1% en el número de plazas. Estos datos reflejan la **solidez del sector turístico y su resistencia ante la crisis económica**: el sector turístico en Castilla y León no sólo no pierde sino que **crea empleo** y el sector privado sigue demostrando su confianza en este sector, como lo refleja el **incremento de la oferta**.

Además, este análisis del comportamiento turístico entre enero y octubre de este año respecto a 2009 corrobora que Castilla y León permanece líder en cuanto a turismo rural, con un **incremento del número de viajeros** del 5,6%.

Por otro lado, y a pesar de la complicada coyuntura económica actual, el **gasto de los viajeros se ha incrementado casi un 1,5%** respecto al año 2009.

El **número de peregrinos** que han realizado en todo o en parte el Camino de Santiago Francés a su paso por Castilla y León durante los meses de junio-octubre de 2010 ha sido de 90.000. Destaca como durante los meses de junio-septiembre el número de peregrinos se ha incrementado un **24,6% más** que en ese mismo periodo del **año 2009**, y un **14,6%** más que en ese mismo periodo del **año 2004**, último año Jacobeo. Entre junio y septiembre los peregrinos han generado 552.724 pernотaciones; de ellas el 58% han tenido lugar en albergues, lo que supone un incremento de 1,3% respecto a 2009 y del 33,72% respecto al anterior Jacobeo en 2004. Los alojamientos turísticos han concentrado el 33% de las pernотaciones de peregrinos y han crecido un 34% respecto al mismo periodo del 2009 y un 117% respecto al año 2004.

Stand de la Junta de Castilla y León

En consonancia con las nuevas tendencias de promoción y comercialización del turismo, Castilla y León ha materializado en INTUR 2010 su oferta convirtiendo al stand en una **red social**. El stand de la Junta de Castilla y León quiere ser un espacio abierto a las infinitas posibilidades que brindan en la actualidad las redes sociales y en coherencia con el planteamiento del año pasado de un stand innovador y reciclable mantiene los mismos materiales. Es la misma estética y la misma filosofía, el contenedor no es lo más importante cuando se habla de promoción del turismo, sino las emociones capaces de transmitir. La novedad es un **escenario innovador basado en una plataforma web 2.0** que se ha creado al efecto y así conseguir representar en el stand la realidad virtual de las redes sociales.

La tendencia de los últimos años ha demostrado la evolución imparable de las redes sociales y los contenidos 2.0 en detrimento de los clásicos portales o las páginas webs tradicionales. En el mundo hay 500 millones de personas que utilizan Facebook, en España 10 millones de personas, de los cuales el 60% entra a diario y más del 20% de los usuarios se sirven de las redes sociales como fuentes primarias de información y de seguimiento de tendencias. En España estas cifras se elevan al 48% cuando se trata de información turística. Las campañas de marketing y publicidad actuales de las principales empresas y productos están empezando a priorizar su presencia y estrategia en las redes sociales atendiendo al amplio número de público objetivo al que pueden llegar. Las redes sociales asimismo permiten microsegmentar el mercado en función del producto y del cliente final al que va destinado, siguiendo las tendencias más innovadoras de marketing. El turismo en Castilla y León no puede ser ajeno a esta realidad y trabaja en este sentido.

La representación de las redes sociales se realizará mediante la selección de dos enclaves con trascendencia en el momento actual: **Burgos y Segovia, candidatas a la capitalidad europea en el año 2016**. En Burgos se ha elegido la propuesta cultural más innovadora que hay en este momento: el Museo de la Evolución Humana, con conexión directa a la Feria y en la que participarán los propios visitantes del museo contando sus impresiones. En Segovia se va a recrear el producto gastronómico, combinando la cocina más tradicional con la más innovadora. Asimismo, se representará en el stand cada uno de los restantes productos de Castilla y León en una **plataforma web** construida para recoger las distintas propuestas que hay en este momento en la red. Esta plataforma, www.inturcastillayleon.com, inicia hoy su funcionamiento y posibilitará a todo el mundo seguir en directo los acontecimientos de la feria. Entre las propuestas más novedosas de este año están los **microdebates** que se realizarán desde Twitter con 18 temas de debate diferente y que se podrán seguir y participar a través de www.inturcastillayleon.com desde todos los puntos del planeta. También hay que destacar que quien lo desee podrá remitirse a su correo electrónico los folletos tradicionales o llevarlos a su casa en una memoria usb. Los biclos que pasearán por el stand llevarán este año folletos y un Ipad, para que el visitante pueda descargarse lo que desee en una memoria usb.

El stand de la Junta también presenta productos y eventos que se sucederán a lo largo del año 2011, en los que Castilla y León es única: **eventos culturales** (Semana Santa y las Edades del Hombre), **promoción de la candidatura de la capitalidad cultural 2016 de Burgos y Segovia, Caminos a Santiago por Castilla y León, naturaleza, turismo rural** (Posadas Reales, Central de Reservas), **turismo gastronómico, escapadas y turismo cultural** (especial referencia a los 8 Bienes Patrimonio Mundial con la última incorporación de Siega Verde).

Ley de Turismo de Castilla y León

La apuesta de la Junta de Castilla y León por el turismo se materializa con el Plan Estratégico de Turismo 2009-2013 y con la nueva Ley de Turismo, aprobada en las Cortes esta semana, que nace para **consolidar e impulsar el sector turístico de Castilla y León** y para crear un entorno competitivo que favorezca la actividad empresarial y la creación de empleo estable y de calidad, así como para la adecuada protección de los turistas y de los recursos turísticos de la Comunidad de Castilla y León. La ley viene marcada por dos notas fundamentales en cuanto a su elaboración: la **participación** de las organizaciones y entidades públicas y privadas interesadas en el sector del turismo y el **consenso político** durante su tramitación. La ley persigue tres objetivos fundamentales: **calidad de los servicios turísticos, coordinación con el resto de las Administraciones Públicas** con competencias en materia de turismo y **potenciar Castilla y León como destino turístico**.

La Ley de Turismo se inspira en el principio de simplificación administrativa y apuesta por la cooperación entre las administraciones, agentes sociales con mayor representatividad y sector privado; refuerza las funciones y participación del Consejo de Turismo como órgano consultivo; contempla el fomento del asociacionismo profesional y empresarial y la colaboración con las asociaciones del sector; y apuesta por la formación turística en un sentido amplio. La nueva ley actualiza la regulación de establecimientos y actividades turísticas, y sienta las bases de la ordenación general de la actividad turística y de los recursos turísticos. En esta misma línea, establece la clasificación de los alojamientos de turismo rural en cinco categorías, en función de sus instalaciones y servicios y sobre la base de criterios de calidad, accesibilidad y sostenibilidad. Este número de categorías responde tanto a la tendencia que se da en el resto de Europa, como a la propia realidad de Castilla y León, que es líder en turismo rural en España con un número de alojamientos que avalan ese número de categorías. Castilla y León será la primera Comunidad en disponer de 5 categorías en los alojamientos de turismo rural.