

El Plan estratégico de turismo gastronómico potenciará el binomio turismo-gastronomía de la Comunidad a nivel nacional e internacional

El Plan estratégico de turismo gastronómico proyecta la importante oferta gastronómica de Castilla y León como producto único que nos diferencie y que nos identifique tanto en el plano nacional como en el internacional. Se trata de un Plan estratégico desarrollado de la mano del sector y elaborado a partir de las líneas estratégicas del Plan de marketing turístico que, a través de 5 dimensiones o ámbitos de actuación y 16 líneas de acción, marca el futuro del turismo gastronómico de la Comunidad y prioriza a la gastronomía como una de las claves para la promoción turística de Castilla y León.

30 de julio de 2013

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

La consejera de Cultura y Turismo, Alicia García, ha presentado el Plan estratégico de turismo gastronómico 2013-2015, una herramienta de gran utilidad para el sector que, además, establece la hoja de ruta de la promoción de un producto tan estratégico como el gastronómico, al que se le quiere dar una especial relevancia desde la Consejería de Cultura y Turismo. El Plan centra sus esfuerzos en la bianualidad 2013-2015, pero nace con una clara vocación de continuidad, de forma que marca la hoja de ruta para la presente legislatura y desarrolla pautas de actividad continuada que traspasan estas anualidades.

El principal objetivo del Plan es potenciar la cultura y el turismo sostenible a través de la oferta gastronómica para convertir a Castilla y León en destino gastronómico líder. De esta manera, el Plan define una estrategia global que integra turismo y gastronomía; potencia los valores vinculados al turismo gastronómico como activos fundamentales para el desarrollo económico y la creación de empleo; se diseña como herramienta que impulsará el posicionamiento, prestigio y notoriedad de Castilla y León como destino turístico de calidad y promociona una oferta gastronómica de alto nivel basada en la tradición, en la despensa de producto y en la profesionalización del sector.

Estos objetivos contribuirán a reforzar la posición de Castilla y León en el mapa gastronómico nacional e internacional, armonizando turismo y gastronomía como recurso en sí mismo para contribuir al aumento de visitantes, pernoctaciones y gasto medio en la Comunidad, y apostar por el desarrollo económico y la generación de empleo, siempre buscando un equilibrio entre impacto y costes.

El Plan de turismo gastronómico nace de la mano del sector y, tras un diagnóstico previo de la oferta y la demanda, identifica los recursos gastronómicos de Castilla y León como únicos, con potencial de posicionarnos a nivel nacional, e internacional. El Plan surge para armonizar turismo y gastronomía, a raíz del estudio que se llevó a cabo en la elaboración del Plan de Marketing Turístico 2013-2014, siguiendo las líneas estratégicas que caracterizan el trabajo al frente de la Consejería de Cultura y Turismo: concertación institucional, colaboración público-privada e internacionalización. Para su elaboración se ha contado con la colaboración de expertos en la materia, tanto de los empresarios del sector, como de las asociaciones y agrupaciones gastronómicas regionales, periodistas especializados y expertos en turismo gastronómico. Sus valoraciones y propuestas han ayudado a realizar un exhaustivo análisis y a propiciar un diagnóstico previo sobre el que se ha construido el Plan.

Con la finalidad de conocer de primera mano la situación de partida en cuanto a la oferta, la demanda y el contexto, se realizaron más de 40 entrevistas a personalidades del panorama enogastronómico de la Comunidad, incluidas sesiones y jornadas de puesta en común y valoración de ideas y acciones concretas, con los más destacados actores e instituciones del sector en Castilla y León, así como con periodistas y expertos gastronómicos. A su vez, se ha contado en la elaboración de este Plan con los responsables técnicos de ayuntamientos, cámaras de comercio e industria, consejos reguladores de denominación de origen, oficinas de turismo, patronatos provinciales de turismo e institutos municipales de Cultura y Turismo de cada una de las nueve provincias de Castilla y León, y profesionales de Turespaña y Segitur.

Perfil del turista gastronómico

En el diagnóstico que se ha realizado de la oferta se obtiene la conclusión de que el turista interesado en la gastronomía, tanto nacional como internacional, es un visitante con formación y un poder adquisitivo medio. Su perfil indica que prefiere viajar de forma privada y acompañado de pareja, amigos o familia; busca destinos singulares en los que la diferenciación es un factor clave; valora los productos autóctonos; exige calidad y un alto nivel de profesionalidad y servicio; le gusta la convivencia entre la innovación y la tradición; entiende que la experiencia de viaje no son únicamente los días transcurridos del viaje sino también el antes y el después e identifica la calidad como una suma de atractivos.

Cinco ámbitos de actuación y 16 líneas de acción

En función de la realidad de la fortaleza de Castilla y León en el plano gastronómico, de todos los análisis

de demanda y de perfiles, y con la mirada puesta en el contexto actual, el Plan estratégico de turismo gastronómico elaborado por la Consejería de Cultura se desarrolla en 5 dimensiones o ámbitos de actuación y 16 líneas de acción.

El primer ámbito de actuación es el de creación de producto turístico, que busca la satisfacción o necesidad del potencial turista y, en sus líneas de acción, apuesta por el desarrollo de rutas turísticas gastronómicas, como rutas de producto, temáticas o de proximidad; por revalorizar el recetario tradicional de Castilla y León; por fomentar la tapa como nueva expresión culinaria, creando la actividad 'Días de tapas en Castilla y León' o por la creación de talleres gastronómicos y cursos de cocina tematizados, asociados a la oferta ya existente.

Identidad y marca de Castilla y León es el segundo ámbito de actuación del Plan que incide en la idea de aunar turismo y gastronomía, fortaleciendo el posicionamiento de la marca Castilla y León. En este ámbito se trabajan dos líneas de acción: fomentar la gastronomía bajo la marca de turismo ya existente 'Castilla y León es Vida' y una promoción enfocada a la sensibilización local, destinada a profesionales y público final, con el fin de sentir el orgullo hacia un producto que nos identifica

La promoción del capital humano, con la apuesta por la formación como responsable última de la calidad de la oferta, es el tercero de los ámbitos de actuación, que recoge 4 líneas de acción: un plan de prescriptores o embajadores de la gastronomía regional que ayuden a su posicionamiento; desarrollo y fomento de la figura del facilitador local, como prescriptor anónimo; asesoramiento a través de expertos gastronómicos que sirva para impulsar las iniciativas del Plan y apuesta por una formación continuada y de reciclaje profesional.

El cuarto ámbito de actuación hace referencia a los eventos y diplomacia pública que potencie las actividades ya existentes y, a su vez, asocie la gastronomía a otros eventos de tipo cultural o conmemorativo. Dentro de sus líneas de acción estarán establecer un plan integral de eventos asociados a la gastronomía, aunando sinergias con el sector hostelero; organizar un congreso sobre turismo gastronómico que sirva para afianzar el posicionamiento regional en la materia y apostar por los jóvenes como valor seguro a través de los campeonatos de cocineros y sumilleres.

El diseño, la innovación y las nuevas tecnologías es el quinto de los ámbitos de actuación del Plan, como base para la promoción del recurso y para la segmentación del producto. Entre las líneas de acción se encuentran el aumento de impactos en redes sociales y plataformas de opinión, apostando por la recomendación y fidelización; rediseño de la experiencia de usuario a través de la plataforma online de turismo de Castilla y León y desarrollo de nuevas apps de contenido gastronómico, que se han convertido en una herramienta obligada para el viajero.

Junta de Castilla y León