

# Estudio sobre Estrategias Existentes de Promoción del Duero

Informe. Zamora, marzo de 2010



UE  
FEDER  
Invertimos en su futuro



## ÍNDICE

ÍNDICE.....	2
1 Objetivo y ejes principales del análisis .....	4
2 Metodología .....	6
3 Estrategias turísticas relevantes existentes en el conjunto de los municipios ribereños del Duero .....	9
4 Acciones de promoción turística en el conjunto de los municipios ribereños del Duero.....	26
4.1 Salamanca.....	29
4.2 Soria.....	32
4.3 Valladolid.....	38
4.4 Zamora.....	42
4.5 Municipios de la Ribera del Duero Portuguesa .....	46
5 Estrategias de interés asimilables a la realidad transfronteriza.....	52
5.1 Cooperación transfronteriza España-Francia .....	54
5.2 Cooperación Transfronteriza España-Portugal.....	56

# Estudio sobre Estrategias Existentes de Promoción del Duero

Informe

Versión/Fecha: 4/ Marzo 2010



5.3	Red de Cooperación Ruta Vía de la Plata.....	63
5.4	Proyecto de Cooperación Adquisición de Marca de Calidad Territorial Europea.....	65
6	Caracterización general de los productos transfronterizos existentes y bases sobre las que debe impulsarse un plan estratégico sobre el Turismo .....	66
7	Índice de tablas.....	70



## 1 Objetivo y ejes principales del análisis

---

El principal objeto de este estudio es realizar un diagnóstico de la situación de los productos turísticos que se ofrecen en el marco transfronterizo del Duero. Sin embargo, este diagnóstico en el que se refleja la oferta actual disponible no representa sino un paso previo al objetivo final de este estudio, que supone en última instancia determinar el espacio de trabajo en el que se debe operar para sentar las bases de cara a la articulación de un plan estratégico de promoción turística del Duero.

Este planteamiento se enmarca dentro del Proyecto Fluvial, en donde se contempla la planificación de estrategias que tengan como objetivo principal la creación de un producto turístico transfronterizo con el Duero como hilo conductor.

Para la consecución de este objetivo se establecen cuatro ejes principales, sobre los que versa el presente documento, y en el que se integran aquellas acciones locales, regionales y nacionales que se están ejecutando en el ámbito transfronterizo. Dichos ejes se detallan a continuación:

- A. Análisis de las principales estrategias y actuaciones que se están llevando a cabo tanto a nivel local o regional, obteniendo así una visión general de la situación actual en el conjunto de municipios ribereños del Duero.

- B. Análisis de otras estrategias intermunicipales que respondan a proyectos cooperativos, así como el estudio de realidades que se desarrollan actualmente en regiones fronterizas de España, haciendo especial hincapié en acuerdos de cooperación España-Francia y España-Portugal.
- C. Identificación y caracterización de productos transfronterizos existentes.
- D. Establecimiento de un marco de trabajo en el que debe desarrollarse el plan estratégico sobre el turismo.



## 2 Metodología

---

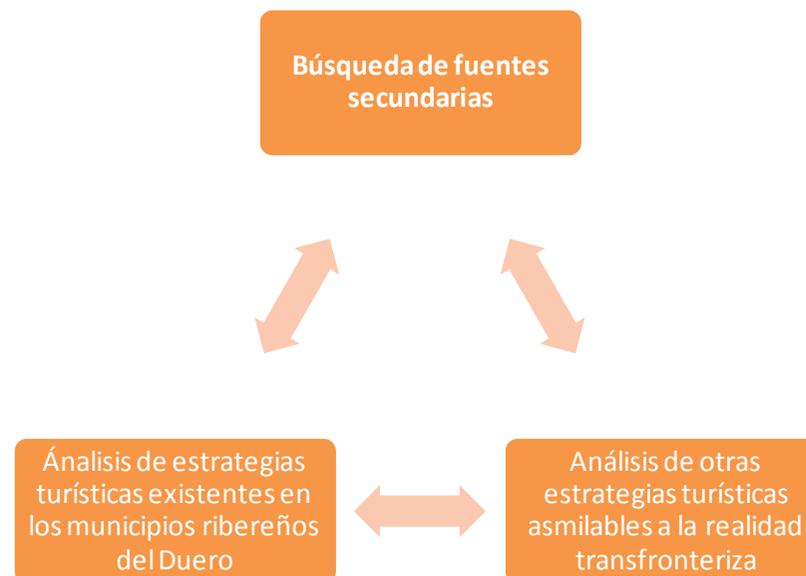
El esquema metodológico diseñado y empleado en este documento atraviesa dos fases de trabajo que responden a dos hitos temporales fundamentales y bien diferenciados en el estudio, ya que si bien en el primero se reúne la información relativa a actuaciones ya emprendidas, en el segundo se establece un esbozo de las bases de trabajo que se proponen proyectar para el desarrollo de la estrategia final.

Ambas fases se resumen e ilustran a continuación:

- I. **Búsqueda de fuentes secundarias:** estudio-diagnóstico sobre estrategias turísticas existentes y asimilables a la realidad transfronteriza zamorana.

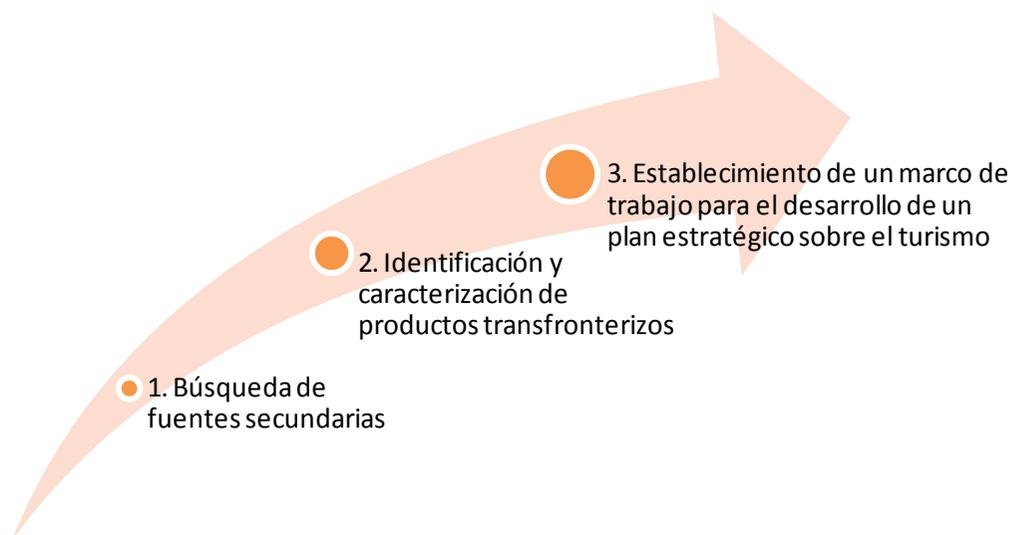
Ilustración 1. Fase I Búsqueda de fuentes secundarias sobre estrategias turísticas relevantes





- II. **Establecimiento de las bases de trabajo para el desarrollo estratégico final**; caracterización e identificación de las principales líneas estratégicas en materia turística que permitan un acercamiento en la elaboración de un plan estratégico sobre el turismo en el conjunto de municipios ribereños del Duero.

Ilustración 2. Fase II Elaboración del plan estratégico sobre el turismo



### 3 Estrategias turísticas relevantes existentes en el conjunto de los municipios ribereños del Duero

---

El análisis de las estrategias turísticas más relevantes existentes en el conjunto de los municipios ribereños del Duero permite profundizar sobre las iniciativas turísticas ya implantadas a ambos lados de la frontera hispano-portuguesa en el espacio denominado Ribera del Duero. Se trata en su mayoría de planes dinamizadores que tienen por objeto estructurar las iniciativas públicas en el ámbito de la promoción de espacios, tradiciones, recursos, etc., potenciando, en resumen, el producto turístico que define o resulta característico en cada municipio, comarca o región.

Las estrategias turísticas representan por tanto las bases que marcan la actividad turística de, en este caso, los municipios ribereños del Duero, a lo que hay que añadir las acciones de promoción presentadas en el apartado siguiente, en donde se enumeran líneas de actuación concretas.

Para conocer con detenimiento estas estrategias, se opta por clasificar cada una de ellas atendiendo a indicadores relevantes, como son la entidad que los promueve, sus objetivos, líneas de actuación definidas, temporalización, ámbito geográfico que engloba y cuantía presupuestaria destinada.

- [Ruta del vino ribera del Duero. Plan de Dinamización Turística](#)



## Estudio sobre Estrategias Existentes de Promoción del Duero

Informe

Versión/Fecha: 4/ Marzo 2010



- [Plan de Promoción Turística y Cultural de Valladolid](#)
- [Plan de Dinamización del Producto Turístico de Soria](#)
- [Plan de Dinamización del Producto Turístico de la Mancomunidad de Tierras Altas](#)
- [Plan de Promoción Turística de Villarino de los Aires \(Salamanca\)](#)
- [Plan Estratégico de puesta en valor de los recursos naturales y medioambientales destinados a la potenciación del turismo en Soria 2007-2013](#)
- [Plan de Promoción Turística de Molinos de Duero](#)
- [Plan USA 2009-2010](#)
- [Plan de Mejora de la Calidad del Servicio Turístico en la Comarca Ribera del Duero Burgalesa](#)



Tabla 1. Ruta del vino ribera del Duero. Plan de Dinamización Turística

RUTA DEL VINO RIBERA DEL DUERO. PLAN DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Gobierno de España</li> <li>• Consejería de Cultura y Turismo, Junta de Castilla y León</li> <li>• Diputación Provincial de Valladolid</li> <li>• Diputación Provincial de Burgos</li> <li>• Diputación Provincial de Soria</li> <li>• Diputación Provincial de Segovia</li> <li>• Consorcio Ruta del Vino Ribera del Duero</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	Convertir la Ribera del Duero en la primera ruta del vino certificada de Castilla y León, haciendo así de esta zona un referente nacional e internacional del enoturismo
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación de un inventario de recursos turísticos existentes</li> <li>• Creación de un plan de comunicación integral</li> <li>• Mejora de las infraestructuras de información turística y diseño de un plan de señalización turística (Centros de Acogida a Visitantes, puntos de información tematizados multimedia y Red de Gestión de Información Turística)</li> <li>• Recuperación del patrimonio vinculado al vino (bodegas, lagares, viñedos, etc.)</li> <li>• Recuperación de fiestas asociadas a la vendimia</li> <li>• Organización y promoción de eventos enogastronómicos</li> <li>• Creación de nuevos productos asociados al turismo del vino: autobuses del vino, ruta tematizada a las bodegas</li> </ul>

**RUTA DEL VINO RIBERA DEL DUERO. PLAN DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA**

tradicionales, Centro de Interpretación del Duero, Centro Enoturístico de la Ribera del Duero, Red de Museos de la Ribera del Duero, Red de Senderos de los viñedos, etc.

- Fomento de la comercialización del producto turístico de la Ribera del Duero (Web de la Ruta del Vino, edición de soportes multimedia, viajes de familiarización, alianzas estratégicas con distintas marcas y hermanamiento con otras rutas internacionales ya existentes y en funcionamiento)
- Creación de una Web en la que se aborde de manera exclusiva la Ruta del Vino
- Formación de personal vinculado al enoturismo (personal de bodegas, agentes turísticos, guías de turismo, etc.)
- Creación de un Observatorio Turístico de la Ribera del Duero
- Puesta en marcha de un Plan de Innovación Tecnológica para modernizar alojamientos y servicios

**Temporalización** 2008-2010

- Ámbito geográfico**
- Milla de Oro (entre Quintanilla de Onésimo y Peñafiel)
  - Roa de Duero y su entorno
  - Aranda de Duero y su entorno
  - San Esteban de Gormaz
  - Zona ribereña de la provincia de Soria
  - Zona ribereña de la provincia de Segovia

**Cuantía presupuestaria** Más de 4.530.000 euros

- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio: 1.510.000 euros
- Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León: 1.510.000 euros



### RUTA DEL VINO RIBERA DEL DUERO. PLAN DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA

- Consorcio Ruta del Vino Ribera del Duero: 1.510.000 euros



Tabla 2. Plan de Promoción Turística y Cultural de Valladolid

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Y CULTURAL DE VALLADOLID	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayuntamiento de Valladolid</li> <li>• Diputación Provincial de Valladolid</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	Convertir Valladolid en un destino turístico de primer orden
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de paquetes turísticos específicos para operadores y agencias haciendo hincapié en los distintos públicos (familias, empresas, estudiantes, etc.)</li> <li>• Promoción de productos y recursos turísticos de Valladolid: Semana Santa, museos municipales, concurso de pinchos, Feria de Día, etc.</li> <li>• Puesta en marcha de:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>○ El Palacio de la Imagen</li> <li>○ Palacio de Congresos</li> <li>○ Centro Cultural y de Aventuras del Pinar de Antequera</li> </ul> </li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2010
<b>Ámbito geográfico</b>	Valladolid

Tabla 3. Plan de Dinamización del Producto Turístico de Soria

PLAN DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE SORIA	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Gobierno de España</li> <li>• Consejería de Cultura y Turismo, Junta de Castilla y León</li> <li>• Ayuntamiento de Soria</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	Activar y potenciar la actividad turística del Municipio de Soria, con una perspectiva integral que relacione aspectos económicos, culturales, sociales y medioambientales, que suponga en definitiva un motor de desarrollo tanto de la ciudad como de su entorno
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dotación de nuevas infraestructuras turísticas y culturales</li> <li>• Difusión y adecuación del marketing promocional del Plan de Dinamización mediante nuevas estrategias de información y comunicación</li> <li>• Diseño y puesta en marcha de un Programa de Mejora de la Calidad para los establecimientos hoteleros y de restauración, comercio y servicios públicos</li> <li>• Creación de una Oficina Técnica</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2007-2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Soria
<b>Cuantía presupuestaria</b>	1.343.688 euros

Tabla 4. Plan de Dinamización del Producto Turístico de la Mancomunidad de Tierras Altas

PLAN DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE LA MANCOMUNIDAD DE TIERRAS ALTAS	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Gobierno de España</li> <li>• Consejería de Cultura y Turismo, Junta de Castilla y León</li> <li>• Mancomunidad de Tierras Altas: ayuntamientos de San Pedro Manrique, Villar del Río, Magaña, Oncala, Yanguas, Fuentes de Magaña, Santa Cruz de Yanguas, Vizmanos, Aldehuelas, Valtajeros, Valdeprado, Cerbón, Castilfrío de la Sierra, Estepa de San Juan, Aldehalices y Carrascosa de la Sierra</li> <li>• Centro de Iniciativas Turísticas de Tierras Altas (asociación sin ánimo de lucro, de carácter privado, cuya finalidad es el fomento del turismo en la Comarca de Tierras Altas de Soria)</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<p>Aprovechamiento de los recursos naturales y patrimoniales mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora de la calidad de los servicios turísticos</li> <li>• Mejora del medio urbano y natural de los municipios</li> <li>• Ampliación y mejora de los espacios de uso público</li> <li>• Puesta en valor de recursos turísticos</li> <li>• Creación de nuevos productos turísticos</li> </ul>
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adecuación del patrimonio para su uso turístico</li> <li>• Creación de una red de Centros de Interpretación</li> <li>• Creación de itinerarios turísticos</li> <li>• Diseño de un programa de señalización y accesibilidad</li> </ul>

## Estudio sobre Estrategias Existentes de Promoción del Duero

Informe

Versión/Fecha: 4/ Marzo 2010



- Diseño de un programa de formación y sensibilización para profesionales turísticos
- Preparación de un programa de promoción y comercialización (manual de imagen corporativa, página web de la comarca, folleto general del Plan de Dinamización, promoción en la feria FITUR 2009, etc.)

**Temporalización** 2007-2010

**Ámbito geográfico** Municipios asociados en la Mancomunidad de Tierras Altas

**Cuantía presupuestaria** 1.250.000 euros



Tabla 5. Plan de Promoción Turística de Villarino de los Aires (Salamanca)

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE VILLARINO DE LOS AIRES (SALAMANCA)	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	Ayuntamiento de Villarino de los Aires (provincia de Salamanca)
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consolidar la imagen de Villarino de los Aires como ejemplo de destino turístico sostenible</li> <li>• Diversificar y optimizar la oferta turística, patrimonial, cultural, etnográfica y natural</li> <li>• Sensibilizar a todos los agentes sobre la cultura de la calidad turística</li> <li>• Integración de recursos y servicios para hacer del municipio un producto turístico de calidad</li> <li>• Fomentar un turismo participativo, duradero y viable</li> <li>• Mejorar el paisaje urbano y natural del municipio</li> <li>• Mejorar los espacios de uso público</li> </ul>
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservación y puesta en valor de los recursos del municipio</li> <li>• Señalización de los senderos, de la era y de los miradores con los que cuenta el pueblo en diversos lugares</li> <li>• Promoción turística a través del incremento en la oferta de productos y servicios turísticos</li> <li>• Mejora de la accesibilidad</li> <li>• Puesta en marcha del Proyecto de Viña Experimental Las Bozas, destinado al fomento de las variedades vinícolas autóctonas</li> <li>• Formación de profesionales turísticos</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009

# Estudio sobre Estrategias Existentes de Promoción del Duero

Informe

Versión/Fecha: 4/ Marzo 2010



<b>Ámbito geográfico</b>	Villarino de los Aires
<b>Cuantía presupuestaria</b>	504.255,61 euros



Tabla 6. Plan Estratégico de puesta en valor de los recursos naturales y medioambientales destinados a la potenciación del turismo en Soria 2007-2013

PLAN ESTRATÉGICO DE PUESTA EN VALOR DE LOS RECURSOS CULTURALES Y MEDIOAMBIENTALES DESTINADOS A LA POTENCIACIÓN DEL TURISMO EN SORIA 2007-2013	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diputación Provincial de Soria</li> <li>• Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER 2007-2013)</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomento del uso del espacio natural como opción de desarrollo socioeconómico</li> <li>• Fomento del conocimiento y disfrute de los valores naturales y culturales desde los puntos de vista educativo, científico, recreativo y turístico</li> <li>• Protección del patrimonio cultural</li> <li>• Puesta en valor de los recursos culturales de la provincia</li> <li>• Dinamización del tejido económico</li> <li>• Promoción del patrimonio cultural y medioambiental de calidad de la provincia</li> </ul>
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acondicionamiento de la Casa del Parque de la Reserva natural del Acebal de Garagüeta</li> <li>• Creación de un Centro de Recepción de Visitantes de Cueva Ágreda</li> <li>• Puesta en marcha del Proyecto Villas Romanas: mejora y acondicionamiento de la Dehesa de las Cuevas de Soria, Los Quintanares de Rioseco de Soria y los Villares de Santervás de El Burgo</li> <li>• Puesta en marcha del Proyecto Oppidum de “Los Casares” en Tierras Altas</li> <li>• Creación del Museo del Trabajo en Morón de Almazán</li> <li>• Diseño del Plan Director del Castillo de Berlanga de Duero</li> </ul>

## Estudio sobre Estrategias Existentes de Promoción del Duero

Informe

Versión/Fecha: 4/ Marzo 2010



<b>Temporalización</b>	2007-2013
<b>Ámbito geográfico</b>	Soria
<b>Cuantía presupuestaria</b>	3.242.154,89 euros



Tabla 7. Plan de promoción turística de Molinos de Duero

PLAN PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MOLINOS DE DUERO	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	Ayuntamiento de Molinos de Duero (provincia de Soria)
<b>Objetivos</b>	Promoción turística y cultural del municipio
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puesta en marcha de actuaciones promocionales (exposiciones, festivales, catálogos, etc.)</li> <li>• Creación de nuevos productos turísticos</li> <li>• Mejora de las infraestructuras turísticas del municipio</li> <li>• Celebración de fiestas y tradiciones populares</li> <li>• Celebración de la Semana Cultural de Molinos de Duero y del Certamen de Música Tradicional</li> <li>• Organización de jornadas micológicas</li> <li>• Actuaciones de mejora del entorno urbano y del medio natural</li> <li>• Recuperación del Vía Crucis Viviente en Semana Santa</li> <li>• Inclusión en el GR-86 y en la guía FITUR</li> <li>• Diseño de planos guía del propio municipio y de la comarca</li> <li>• Edición del libro “Lugares de Soria”</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2008-2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Molinos de Duero

Tabla 8. Plan USA 2009-2010

PLAN USA 2009-2010	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consejo Regulador de la Denominación de Origen Ribera del Duero</li> <li>• Gregory White, agencia especializada en la promoción de vinos, bebidas alcohólicas y productos de alta gastronomía</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer la imagen de la Ribera del Duero entre los profesionales de Estados Unidos, industria vitivinícola, sumilleres, periodistas, compradores, importadores, distribuidores y restauradores</li> <li>• Promocionar la D.O. Ribera de Duero, situando estos vinos en el segmento más alto de la oferta vinícola presente en Estados Unidos</li> <li>• Potenciar la imagen de Ribera de Duero asociada a la gastronomía de calidad</li> </ul>
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de catas, degustaciones, etc.</li> <li>• Creación de un “Banco de Vino” en Nueva York donde se depositarán las muestras de vinos que enviarán las bodegas españolas, tanto a través de su distribuidor en el país o por mediación del Consejo Regulador</li> <li>• Creación de una página web</li> <li>• Creación de una oficina de prensa</li> <li>• Puesta en marcha de acciones promocionales mediante publicidad en revistas especializadas y a través de redes sociales</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009-2010
<b>Ámbito geográfico</b>	Estados Unidos

# Estudio sobre Estrategias Existentes de Promoción del Duero

Informe

Versión/Fecha: 4/ Marzo 2010



<b>Cuantía presupuestaria</b>	1.100.000 euros
-------------------------------	-----------------



Tabla 9. Plan de Mejora de la Calidad del Servicio Turístico en la Comarca Ribera del Duero Burgalesa

PLAN DE MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO EN LA COMARCA RIBERA DEL DUERO BURGALESA	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asociación de Desarrollo Rural Integral de la Ribera del Duero Burgalesa (A.D.R.I.)</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer los parámetros de calidad para que la promoción turística de la región se realice de la forma más satisfactoria posible</li> <li>Implantación de sistemas de calidad turística en bodegas, establecimientos hoteleros y de restauración, oficinas de información turística, museos, etc.</li> </ul>
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilización y capacitación de las empresas y establecimientos participantes</li> <li>Elaboración de un Informe de Legislación y un Informe de Diagnóstico Empresarial para todos los subsectores participantes</li> <li>Elaboración de Manuales de Buenas Prácticas adaptados para cada uno de los subsectores participantes</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2007-2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Ribera del Duero Burgalesa

## 4 Acciones de promoción turística en el conjunto de los municipios ribereños del Duero

---

Las acciones de promoción turística llevadas a cabo en los municipios ribereños del Duero son presentadas en este apartado de manera desglosada por provincias, de manera que se facilita la visualización de las actuaciones ejecutadas -o previstas- en cada una de las regiones que conforman la denominada Ribera del Duero.

Una vez más, la presentación se realiza distinguiendo los indicadores considerados de mayor interés, y que hacen referencia a las entidades promotoras, los objetivos, las líneas de actuación diseñadas, la temporalización y el ámbito geográfico al que se circunscribe la actuación. Además, se incorpora el enlace web para ampliar, si resulta de interés, la información facilitada.

### Salamanca:

- [Programa "Las llaves de la ciudad 2009"](#)
- [Salamanca Ciudad del Español](#)
- [Museo Interpretativo del Duero, Hinojosa de Duero](#)

### Soria:



## Estudio sobre Estrategias Existentes de Promoción del Duero

Informe

Versión/Fecha: 4/ Marzo 2010



- [Soria Románica](#)
- [“Paisaje Interior” Edades del Hombre 2009](#)
- [“Diséñate Soria con Nosotros. Propuestas 2009”](#)
- [“Soria en el bolsillo”](#)

### Valladolid:

- [Oficina de Enoturismo de Valladolid](#)
- [Valladolid Turismo Gastronómico](#)
- [Club de Amigos de la Provincia](#)
- [Turismo Escolar](#)

### Zamora:

- [“Lo que Zamora ofrece”](#)
- [“Zamora Ensimisima”](#)
- [“Zamora Románica”](#)



## Estudio sobre Estrategias Existentes de Promoción del Duero

Informe

Versión/Fecha: 4/ Marzo 2010



- [Plan de señalización turística de Toro](#)



## 4.1 Salamanca

Tabla 10. Programa "Las llaves de la ciudad 2009"

PROGRAMA "LAS LLAVES DE LA CIUDAD 2009"	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	Sociedad de Turismo y Comunicación, Ayuntamiento de Salamanca
<b>Objetivos</b>	Dar a conocer a los visitantes espacios patrimoniales cerrados o desconocidos a través de visitas turísticas guiadas y teatralizadas
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas guiadas a Torre del Clavero, Colegio Mayor Arzobispo de Fonseca, Palacio de Monterrey, Convento San Francisco El Real, Sacristía de la Catedral, Convento de San Esteban, Casa de Álvarez-Abarca (Museo de Salamanca), Palacio de Arias Corvelle (Centro Hispano Japonés), Casa de los Sexmeros (Cámara de Comercio e Industria), y Colegio Mayor de Carmelitas Descalzos</li> <li>• Visitas a talleres que tienen lugar en el Museo de Salamanca, y en los restos de la iglesia de San Nicolás</li> <li>• Lectura de poemas de San Juan de la Cruz</li> <li>• Organización de talleres de restauración y arqueología</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Ciudad de Salamanca
<b>URL</b>	<a href="http://www.salamanca.es/pdf/folleto_llaves09.pdf">http://www.salamanca.es/pdf/folleto_llaves09.pdf</a>

Tabla 11. Salamanca Ciudad del Español

SALAMANCA CIUDAD DEL ESPAÑOL	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	Sociedad de Turismo y Comunicación, Ayuntamiento de Salamanca
<b>Objetivos</b>	Promoción, comercialización y mantenimiento de la calidad del estudio del español en la ciudad
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de cursos de español para extranjeros</li> <li>• Potenciación y promoción de los recursos patrimoniales de la ciudad de Salamanca</li> <li>• Fomento y promoción de la marca turística “Salamanca Ciudad del Español”</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Ciudad de Salamanca
<b>URL</b>	<a href="http://www.espanolensalamanca.com/es/">http://www.espanolensalamanca.com/es/</a>

Tabla 12. Museo Interpretativo del Duero, Hinojosa de Duero

MUSEO INTERPRETATIVO DEL DUERO. HINOJOSA DE DUERO, PUEBLO MUSEO	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	Ayuntamiento de Hinojosa de Duero
<b>Objetivos</b>	Mostrar a los visitantes las características singulares e identificativas de los pueblos de las Arribes del Duero
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de un Centro de Recepción de Visitantes</li> <li>• Creación del Museo Etnográfico de Hinojosa de Duero</li> <li>• Promoción de paseos y rutas como producto turístico</li> <li>• Promoción de degustaciones de la gastronomía tradicional de Hinojosa de Duero</li> <li>• Impulso y formación de una red de guías turísticos especializados</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Hinojosa de Duero

## 4.2 Soria

Tabla 13. Soria Románica

SORIA ROMÁNICA	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consejería de Cultura y Turismo, Junta de Castilla y León</li> <li>• Fundación Duques de Soria</li> <li>• Diócesis de Osma-Soria</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	Conservación, puesta en valor y divulgación del románico de la provincia de Soria como referente cultural del territorio
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recuperación del patrimonio románico soriano</li> <li>• Conservación del patrimonio dentro de un contexto de desarrollo sostenible</li> <li>• Creación de un programa de intervenciones en los bienes muebles, inmuebles y en sus entornos</li> <li>• Recuperación del patrimonio en su vertiente cultural y social permitiendo así el acercamiento de este a la población</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	Fase I: 2007-2010 Fase II: 2011-2014
<b>Ámbito geográfico</b>	Fase I: Provincia de Soria (Aguilera, Alcozar, Almazán, Alpanseque, Andaluz, Bocigas de Perales, Calatañazar, Caracena, Matanza de Soria, Mosarejos, Osonilla, Paones, Pedro, San Esteban de Gormaz, Velamazán y Villálvaro)
<b>Cuantía</b>	6.000.000 euros

## Estudio sobre Estrategias Existentes de Promoción del Duero

Informe

Versión/Fecha: 4/ Marzo 2010



presupuestaria

URL <http://www.soriaromanica.es/es/portada/>



Tabla 14. "Paisaje Interior" Edades del Hombre 2009

"PAISAJE INTERIOR" EDADES DEL HOMBRE 2009	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consejería de Cultura y Turismo, Junta de Castilla y León</li> <li>• Fundación Las Edades del Hombre</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	Decimoquinta edición de las Edades del Hombre, exposición de obras de todas las diócesis de Castilla y León, muestra del patrimonio artístico y cultural de la Comunidad
<b>Líneas de actuación</b>	La exposición se celebra en la concatedral de San Pedro y cuenta con dos partes. La primera de ellas constará de cinco capítulos que desarrollan el tema "Paisaje Interior", mientras que la segunda estará centrada en el claustro de la concatedral y sirve de explicación del arte románico y su presencia en la Comunidad
<b>Temporalización</b>	2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Soria
<b>URL</b>	<a href="http://www.lasedades.es/paisaje/index.htm">http://www.lasedades.es/paisaje/index.htm</a>

Tabla 15. “Diséñate Soria con Nosotros. Propuestas 2009”

“DISÉÑATE SORIA CON NOSOTROS. PROPUESTAS 2009”	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	Sociedad Soria y Turismo
<b>Objetivos</b>	Ofrecer información al visitante sobre las distintas opciones que ofrece Soria a lo largo de las cuatro estaciones del año, de manera que pueda elegir y combinar aquellas que le resulten de mayor interés. Mediante este programa el visitante puede diseñar su propia ruta turística
<b>Líneas de actuación</b>	<p>El catálogo ofrece información sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo activo, naturaleza y aventura</li> <li>• Patrimonio cultural</li> <li>• Fiestas y tradiciones</li> <li>• Turismo gastronómico y micoturismo</li> <li>• Práctica de golf como producto turístico</li> <li>• Visitas a Las Edades del Hombre</li> <li>• Turismo de empresa, celebración de reuniones, seminarios, etc.</li> <li>• Guía de alojamientos</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Soria
<b>URL</b>	<a href="http://www.soriayturismo.com/DisenateSoria.aspx">http://www.soriayturismo.com/DisenateSoria.aspx</a>

Tabla 16. "Soria en el bolsillo"

"SORIA EN EL BOLSILLO"	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Gobierno de España</li> <li>• Consejería de Cultura y Turismo, Junta de Castilla y León</li> <li>• Ayuntamiento de Soria</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	Ofrecer al visitante un compendio de la oferta turística existente en la capital soriana de fácil consulta y manejo
<b>Líneas de actuación</b>	<p>El folleto recoge información acerca de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia de la capital soriana</li> <li>• Patrimonio</li> <li>• Turismo activo, espacios verdes, rutas y escapadas</li> <li>• Restaurantes, gastronomía, tapas, copas, etc.</li> <li>• Guía comercial</li> <li>• Alojamientos</li> <li>• Instalaciones deportivas</li> <li>• Guías turísticos</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Soria
<b>Cuantía</b>	17.943 euros

presupuestaria



### 4.3 Valladolid

Tabla 17. Oficina de Enoturismo de Valladolid

OFICINA DE ENOTURISMO DE VALLADOLID	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	Concejalía de Cultura, Comercio y Turismo, Ayuntamiento de Valladolid
<b>Objetivos</b>	Organizar, coordinar y aunar los esfuerzos del sector, ofreciendo al visitante nuevas formas de entender y comprender la tradición y la oferta relacionada con el mundo del vino
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de rutas de un día o de fin de semana por cada una de las denominaciones de origen</li> <li>• Creación de una ruta circular para visitar las cuatro zonas vinícolas</li> <li>• Organización de catas de vinos y ventas de productos de cada zona</li> <li>• Asistencia a charlas en torno al mundo del vino</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Valladolid
<b>URL</b>	<a href="http://www.valladolidturismo.com/contenido.php?sec_id=83">http://www.valladolidturismo.com/contenido.php?sec_id=83</a>

Tabla 18. Valladolid Turismo Gastronómico

VALLADOLID TURISMO GASTRONÓMICO	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	Concejalía de Cultura, Comercio y Turismo, Ayuntamiento de Valladolid
<b>Objetivos</b>	Posicionamiento de la ciudad como marca definida especializada de Turismo Gastronómico a nivel nacional e internacional
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de visitas a los mercados, clases de elaboración de pinchos y tapas, cursos de cata, visitas guiadas a la ciudad, etc.</li> <li>• Creación de las Rutas del Enoturismo y el Bus del Vino que recorren las denominaciones de origen de Cigales, Rueda, Toro y Ribera del Duero</li> <li>• Participación en acciones promocionales innovadoras</li> <li>• Celebración de cenas, catas, maridajes, etc.</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Valladolid
<b>URL</b>	<a href="http://www.valladolidturismo.com/contenido.php?sec_id=85">http://www.valladolidturismo.com/contenido.php?sec_id=85</a>

Tabla 19. Club de Amigos de la Provincia

CLUB DE AMIGOS DE LA PROVINCIA	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	Turisvall (Sociedad de Promoción y Gestión del Turismo), Diputación Provincial de Valladolid
<b>Objetivos</b>	Fidelización de los turistas que visitan la provincia de Valladolid
<b>Líneas de actuación</b>	La tarjeta ofrece a los visitantes condiciones especiales en el acceso a los diferentes espectáculos, eventos y actividades que se ofrezcan en los centros turísticos de la Diputación de Valladolid, así como toda la información turística relevante
<b>Temporalización</b>	2008-2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Valladolid
<b>URL</b>	<a href="http://www.diputaciondevalladolid.es/extras/extras_turismo/turisvall/amigos_de_la_provincia_con_botones.pdf">http://www.diputaciondevalladolid.es/extras/extras_turismo/turisvall/amigos_de_la_provincia_con_botones.pdf</a>

Tabla 20. Turismo Escolar

TURISMO ESCOLAR	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	Turisvall (Sociedad de Promoción y Gestión del Turismo), Diputación Provincial de Valladolid
<b>Objetivos</b>	Ofrecer los recursos turísticos de la provincia de Valladolid como equipamientos didácticos y recreativos para que centros educativos puedan desarrollar sus actividades extraescolares
<b>Líneas de actuación</b>	<p>Organización de visitas a distintos productos turísticos de la provincia de Valladolid:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Museo del Pan</li> <li>• Museo de las Villas Romanas de Almenara-Puras</li> <li>• Villa del Libro</li> <li>• Centro de Interpretación de la Naturaleza de Matallana</li> <li>• Valle de Esgueva y Parque de los 6 Sentidos</li> <li>• Canal de Castilla</li> <li>• La aventura del Canal</li> <li>• El Castillo de Peñafiel</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009-2010
<b>Ámbito geográfico</b>	Valladolid
<b>URL</b>	<a href="http://www.diputaciondevalladolid.es/turismo/actualidad/?idboletin=489&amp;idarticulo=58800&amp;idseccion=2490">http://www.diputaciondevalladolid.es/turismo/actualidad/?idboletin=489&amp;idarticulo=58800&amp;idseccion=2490</a>

## 4.4 Zamora

Tabla 21. “Lo que Zamora ofrece”

“LO QUE ZAMORA OFRECE”	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección General de Turismo, Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León</li> <li>• Concejalía de Turismo, Cultura y Promoción de la Ciudad, Ayuntamiento de Zamora</li> <li>• TourEspaña</li> <li>• Unión Nacional de Agencias de Viajes</li> <li>• Profesionales del sector turístico de Zamora</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	Oferta de paquetes turísticos a distintos tour-operadores nacionales e internacionales
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de paseos por las Arribes del Duero y visitas guiadas por la ciudad de Zamora</li> <li>• Fomento del turismo idiomático para el estudio de la lengua castellana entre visitantes extranjeros</li> <li>• Fomento del turismo de congresos</li> <li>• Oferta de degustaciones gastronómicas, cenas, catas de vino y queso, etc.</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2008
<b>Ámbito geográfico</b>	Zamora

Tabla 22. "Zamora Ensimisima"

"ZAMORA ENSIMISMA"	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	Concejalía de Turismo, Cultura y Promoción de la Ciudad, Ayuntamiento de Zamora
<b>Objetivos</b>	Promoción turística de la ciudad de Zamora
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de un spot publicitario en medios de comunicación nacionales e internacionales</li> <li>• Difusión de folletos promocionales en varios idiomas</li> <li>• Elaboración de una lista de alojamientos y establecimientos hosteleros</li> <li>• Creación de un plano de la ciudad de Zamora que incluye una visita guiada</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2008
<b>Ámbito geográfico</b>	Zamora
<b>Cuantía presupuestaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spot publicitario: 11.900 euros</li> <li>• Folletos promocionales: 19.960 euros</li> </ul>

Tabla 23. "Zamora Románica"

"ZAMORA ROMÁNICA"	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consejería de Cultura y Turismo, Junta de Castilla y León</li> <li>• Ayuntamiento de Zamora</li> <li>• Obispado de Zamora</li> <li>• Fundación Rei Afonso Henriques</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	Actuaciones para la conservación, rehabilitación y puesta en valor de los templos románicos existentes en Zamora
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicio de proyectos de obra civil</li> <li>• Realización de arreglos y rehabilitaciones en el interior de los templos románicos</li> <li>• Mejora del entorno exterior de los templos románicos</li> <li>• Mejora de los bienes muebles de valor patrimonial</li> <li>• Restauración de de las infraestructuras y su iluminación</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2008-2011
<b>Ámbito geográfico</b>	Zamora
<b>Cuantía presupuestaria</b>	6.400.000 euros <ul style="list-style-type: none"> <li>• Junta de Castilla y León 5.600.000 euros</li> <li>• Ayuntamiento de Zamora: 800.000 euros</li> </ul>

Tabla 24. Plan de señalización turística de Toro

PLAN DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA DE TORO	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concejalía de Obras, Urbanismo y Seguridad Ciudadana, Ayuntamiento de Toro</li> <li>• Consejería de Cultura y Turismo , Junta de Castilla y León</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	Destacar los recursos turísticos más representativos de Toro e informar sobre ellos a los ciudadanos y visitantes
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalación de indicadores del patrimonio y de las rutas turísticas más relevantes</li> <li>• Instalación de hitos que informen sobre los principales monumentos</li> <li>• Diferenciación de los Bienes de Interés Cultural y el resto de monumentos</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Toro
<b>Cuantía presupuestaria</b>	90.000 euros: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consejería de Cultura y Turismo, Junta de Castilla y León:63.000 euros</li> <li>• Ayuntamiento de Toro: 27.000 euros</li> </ul>

## 4.5 Municipios de la Ribera del Duero Portuguesa

La representación en este documento de acciones y estrategias de promoción turística referidas a municipios y regiones de Portugal se centra prioritariamente en estrategias de carácter cooperativo y transfronterizo, pues son estos los rasgos comunes en las actuaciones desarrolladas por los municipios portugueses bañados por el Duero. Es por ello que, la exclusividad de planes o programas de promoción turística en municipios portugueses no es frecuente a nivel local, si no en una dimensión regional o transfronteriza, como se desarrolla más adelante en este documento, exponente de la voluntad de estos municipios por extraer, impulsar y publicitar aquellas potencialidades que les son comunes mediante la agrupación de tales municipios, pudiendo construir estrategias sólidas y suficientemente competitivas en el ámbito de la promoción turística de la Ribera del Duero. Así, la búsqueda individualizada por municipios no aporta información relevante, justificando estas carencias mediante el diseño de estrategias mancomunadas de gran valor para la promoción y desarrollo turístico de la región portuguesa del Duero. No obstante, a continuación se representa un extracto de aquellas actuaciones consideradas mejor exponente de la promoción turística de estos municipios portugueses:

- [Rota do Românico do Vale do Sousa \(RRVS\)](#)
- [Rutas Gourment Lousada](#)
- [Porto Tours](#)
- [Port Card](#)



Tabla 25. Rota do Românico do Vale do Sousa (RRVS)

ROTA DO ROMÂNICO DO VALE DO SOUSA (RRVS)	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociación de Municipios do Vale do Sousa VALSOUSA (Castelo de Paiva, Felguerías, Lousada, Paços da Ferreira, Paredes y Penafiel)</li> <li>• Câmara Municipal de Amarante</li> <li>• Câmara Municipal de Baião</li> <li>• Câmara Municipal de Celorico de Basto</li> <li>• Câmara Municipal de Cinfães</li> <li>• Câmara Municipal de Marco de Canaveses</li> <li>• Câmara Municipal de Resende</li> <li>• Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDRN)</li> <li>• Direcção Regional da Cultura do Norte do Ministério da Cultura <a href="http://www.culturanorte.pt/default.aspx">http://www.culturanorte.pt/default.aspx</a> (Serviços dos Ben Culturais)</li> <li>• Turismo de Portugal (I.P.)</li> <li>• Turismo del Norte de Portugal (ADETURN)</li> <li>• Diocese do Porto</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un producto turístico atractivo a través del patrimonio histórico y arquitectónico de Vale do Sousa</li> <li>• Dinamización y creación de empleo en el área del turismo, restauración, alojamiento, etc.</li> <li>• Mejora de la imagen de la región de Vale do Sousa</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Oferta de nuevos productos turísticos: Románico Romántic, Románico Adrenalina, Románico Festivo, Románico Gourmet, etc.</li></ul>
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conservación y restauración de equipamientos culturales y religiosos</li><li>• Elaboración de estudios de arquitectura para distintos equipamientos culturales</li><li>• Inventario de edificios románicos de Amarante, Baião, Celorico de Basto, Cinfães, Marco de Canaveses y Resende</li><li>• Creación de un Gabinete Técnico de la Ruta del Románico</li></ul>
<b>Temporalización</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 1998-2010</li></ul>
<b>Ámbito geográfico</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vale de Sousa (Castelo de Paiva, Felguerías, Lousada, Paços da Ferreira, Paredes y Penafiel)</li><li>• Municipio de Amarante</li><li>• Municipio de Baião</li><li>• Municipio de Celorio de Basto</li><li>• Municipio de Cinfães</li><li>• Municipio de Marco de Canaveses</li><li>• Municipio de Resende</li></ul>
<b>URL</b>	<a href="http://www.rotadoromano.com">http://www.rotadoromano.com</a>

Tabla 26. Rutas Gourment Lousada (Rota do Românico do Vale do Sousa)

RUTAS GOURMENT LOUSADA	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Câmara Municipal de Lousada</li> <li>• Rota do Românico do Vale do Sousa</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	Dar a conocer la gastronomía y el patrimonio local a través de las visitas a monumentos, bodegas, casas y quintas vitivinícolas
<b>Líneas de actuación</b>	Elaboración de tres programas o rutas diferentes que se componen de degustaciones, cata de vinos, visitas turísticas, etc.
<b>Temporalización</b>	2010
<b>Ámbito geográfico</b>	Municipio de Lousada (Vale do Sousa)

Tabla 27. Porto Tours

PORTO TOURS	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Associação de Empresários para o Desenvolvimento do Turismo Cultural no Porto e na Região (ATC)</li> <li>• Câmara Municipal do Porto (Gabinete de Turismo)</li> <li>• PortoTurismo</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover la cooperación entre los agentes económicos ligados al sector turístico y cultural de la región</li> <li>• Apostar por la diferenciación y especialización</li> <li>• Mejora de la oferta turística en destino</li> <li>• Mejora de los recursos naturales y culturales para la creación de una oferta turística de calidad</li> <li>• Desarrollo de acciones de formación que permitan transmitir la importancia del patrimonio local y regional</li> </ul>
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecución de planes de desarrollo y promoción a nivel nacional e internacional</li> <li>• Organización y participación en ferias, congresos, seminarios, etc.</li> <li>• Divulgación de los productos turísticos a través de la creación de vídeos, folletos, mapas, sites, etc.</li> <li>• Desarrollo de estudios de mercado y monitorización de la calidad de las acciones turísticas para garantizar la satisfacción de los turistas</li> <li>• Mejora del ambiente urbano: seguridad, limpieza, movilidad, etc.</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2010
<b>Ámbito geográfico</b>	Municipio portugués de Porto (Oporto)

**URL** <http://www.portotours.com/indexpt.php>

Tabla 28. Porto Card

PORTO CARD	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	Câmara Municipal do Porto (Gabinete de Turismo)
<b>Objetivos</b>	Promover la ciudad y la marca Porto como un destino turístico por excelencia, que proporciona a turistas y visitantes nacionales y extranjeros el acceso, gratuito o con ventajas en los precios, a diversos productos y servicios que ofrece la ciudad
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrada gratuita a museos municipales</li> <li>• Descuentos en la entrada a otros museos y monumentos, salas de espectáculos, instituciones e infraestructuras culturales, cruceros por el río Duero, restaurantes, tiendas tradicionales, circuitos turísticos, etc.</li> <li>• Acceso gratuito a medios de transporte municipales</li> <li>• Entrega de una tarjeta telefónica gratuita por la compra de Porto Card</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2010
<b>Ámbito geográfico</b>	Municipio portugués de Porto (Oporto)

## 5 Estrategias de interés asimilables a la realidad transfronteriza

---

El objetivo de diseñar estrategias de cooperación entre municipios y comarcas con el fin de promover y potenciar actuaciones turísticas conjuntas es un objetivo también perseguido en otras zonas transfronterizas del país. Se trata de una realidad que afecta a varias Comunidades Autónomas españolas, y que a continuación se expone reuniendo dos frentes, uno el franco-español y otro el hispano-luso.

La experiencia de Extremadura, Andalucía o Cataluña queda aquí recogida, y se completa además una experiencia intracomunitaria como es la surgida entre las provincias que conforman la Ruta de la Plata y, también, un proyecto europeo.

Al igual que en los apartados anteriores, la presentación se realiza distinguiendo los indicadores considerados de mayor interés, y que hacen referencia a las entidades promotoras, los objetivos, las líneas de actuación diseñadas, la temporalización y el ámbito geográfico al que se circunscribe la actuación. Además, se incorpora el enlace web para ampliar, si resulta de interés, la información facilitada.

- [Cooperación Transfronteriza España-Francia:](#)
  - [Itinerario turístico transfronterizo en los Pirineos](#)
  - [Cooperación turística entre Cataluña y Midi-Pyrénées](#)



## Estudio sobre Estrategias Existentes de Promoción del Duero

Informe

Versión/Fecha: 4/ Marzo 2010



- [Cooperación Transfronteriza España-Portugal](#)
  - [“Nuevas ciudades fluviales del Siglo XXI”](#)
  - [Cooperación transfronteriza “Proyecto Demeter”](#)
  - [Tajo Internacional](#)
  - [Lago de Alqueva](#)
- [Red de Cooperación Ruta Vía de la Plata](#)
- [Proyecto de Cooperación Adquisición de Marca de Calidad Territorial Europea](#)



## 5.1 Cooperación transfronteriza España-Francia

Tabla 29. Itinerario turístico transfronterizo en los Pirineos

ITINERARIO TURÍSTICO TRANSFRONTERIZO EN LOS PIRINEOS	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	Generalitat de Catalunya
<b>Objetivos</b>	Creación un producto turístico en el que se combina historia, cultura y naturaleza a través de un itinerario, que se puede hacer a pie, y en el que unen diversos enclaves relevantes entre ambos lados de los Pirineos
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unión de los monasterios de Montserrat (Barcelona) y Sant Miquel de Cuixà (Rosellón), recorriendo los puntos de interés relacionados con la figura del monje benedictino catalán, Abat Oliba</li> <li>• Desarrollo integral de la agricultura y el comercio artístico y cultural de la zona</li> <li>• Creación un centro de acogida para los caminantes</li> <li>• Creación de un punto de interpretación de la figura del Abat Oliba en el Museo Episcopal de Vic (Barcelona)</li> <li>• Difusión de una guía turística de los lugares por donde transcurre el itinerario</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Pirineo catalán y francés

Tabla 30. Cooperación turística entre Cataluña y Midi-Pyrénées

COOPERACIÓN TURÍSTICA ENTRE CATALUNYA Y MIDI-PYRÉNÉES	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vicepresidencia de la región Midi-Pyrénées</li> <li>• Comité Regional de Turismo</li> <li>• Dirección General de Turismo de la Generalitat de Catalunya</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<p>Cooperación entre ambas regiones, destacando cuatro temáticas comunes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultura</li> <li>• Gastronomía</li> <li>• Turismo científico e industrial</li> <li>• Naturaleza y turismo activo</li> </ul>
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulso de un programa de colaboración para la promoción turística</li> <li>• Creación de una página web común</li> <li>• Publicidad de eventos específicos de promoción para profesionales del sector, prensa y gran público</li> <li>• Creación de itinerarios turísticos comunes</li> <li>• Promoción conjunta de productos y circuitos en otros mercados</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009-2012
<b>Ámbito geográfico</b>	Catalunya-Midi Pyrénées

## 5.2 Cooperación Transfronteriza España-Portugal

Tabla 31. “Nuevas ciudades fluviales del Siglo XXI”

NUEVAS CIUDADES FLUVIALES DEL SIGLO XXI	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayuntamiento de Zamora</li> <li>• Asociación Ibérica de Municipios Ribereños del Duero (AIMRD)</li> <li>• Ayuntamiento de Toro</li> <li>• Cámara Municipal de Miranda do Douro</li> <li>• Universidad Tras-os-Montes e Alto Douro (UTAD)</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poner en valor el patrimonio histórico y natural del río Duero para desarrollar un turismo sostenible que dinamice la zona transfronteriza</li> <li>• Realizar un plan turístico que ponga en relación distintos sectores de actividad, generar recursos, activar la economía y crear una imagen de marca del Duero incidiendo en la zona transfronteriza</li> </ul>
<b>Líneas de actuación</b>	<p>Ayuntamiento de Zamora:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rehabilitación de la calle Barborraz y su entorno</li> <li>• Creación del Centro de Interpretación Histórica del Duero</li> <li>• Estudio sobre la navegabilidad de una parte del río Duero</li> <li>• Potenciación del Centro de Interpretación de las Ciudades Medievales</li> </ul> <p>Ayuntamiento de Toro:</p>

### NUEVAS CIUDADES FLUVIALES DEL SIGLO XXI

- Reforma de conjunto del casco histórico
- Mejora de la oferta expositiva del Alcázar, la zona de las Barranqueras y el área de la vega entre el puente romano y el puente de hierro

Cámara Municipal de Miranda do Douro:

- Creación de un Centro de Interpretación Cultural-Patrimonial del Duero Transfronterizo
- Creación del Museo de Técnicas Agrarias Tradicionales
- Dotación de una exposición permanente sobre los recursos del Duero transfronterizo al Centro Turístico Ambiental

UTAD:

- Creación del producto turístico de las rutas y senderos del Duero transfronterizo

AIMRD:

- Promoción de una imagen de marca que conforme una seña de identidad común con el Duero para lo que se diseñará un entorno virtual basado en un Portal descriptivo de Turismo en internet

Actuaciones conjuntas:

- Celebración del Congreso Ibérico del Turismo
- Señalización de itinerarios en zonas rurales cercanas a las ciudades
- Edición de un libro sobre las distintas rutas en territorio transfronterizo

**Temporalización** 2009-2010

**Ámbito geográfico** Zona transfronteriza del río Duero

### NUEVAS CIUDADES FLUVIALES DEL SIGLO XXI

<b>Cuantía presupuestaria</b>	1.400.000 euros
-----------------------------------	-----------------



Tabla 32. Cooperación transfronteriza “Proyecto Demeter”

COOPERACIÓN TRANSFRONTERIZA “PROYECTO DEMETER”	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consejería de Agricultura y Desarrollo Rural, Junta de Extremadura</li> <li>• Agencia de Desarrollo Regional de Alentejo</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	Aprovechamiento de los recursos agroganaderos de los pueblos extremeños y portugueses ubicados en la zona fronteriza para ofrecer un paquete turístico y de ocio rural
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño y creación de rutas de agroturismo</li> <li>• Puesta en marcha de rutas gastronómicas</li> <li>• Puesta en marcha de empresas de servicios turísticos</li> <li>• Creación del Observatorio Transfronterizo de Desarrollo Rural</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009
<b>Ámbito geográfico</b>	Extremadura-El Alentejo
<b>Cuantía presupuestaria</b>	1.700.000 euros (cofinanciados por el Fondo Europeo de Desarrollo Local y la Comunidad Autónoma de Extremadura)

Tabla 33. Tajo Internacional

<b>TAJO INTERNACIONAL</b>	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diputación de Cáceres</li> <li>• Dirección General del Medio Natural, Consejería de Industria, Energía y Medio Ambiente, Junta de Extremadura</li> <li>• Dirección General de Infraestructuras e Industrias Agrarias, Consejería de Agricultura y Desarrollo Rural, Junta de Extremadura</li> <li>• Dirección General de Desarrollo Rural, Consejería de Agricultura y Desarrollo Rural, Junta de Extremadura</li> <li>• Dirección General de Turismo, Consejería de Cultura y Turismo, Junta de Extremadura</li> <li>• Dirección General de Urbanismo y Ordenación del Territorio, Consejería de Fomento, Junta de Extremadura</li> <li>• Cámaras Municipales de Castelo de Branco, Idanha-a-Nova, Vila-Velha de Rodao, Penamacor, Portalegre, Gaviao, Nisa, Marvao y Castelo de Vide</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	Conformación de un destino turístico Tajo Internacional con el diseño y puesta en marcha de diferentes productos turísticos que valoren recursos naturales, históricos y culturales de los municipios participantes
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de productos turísticos que recogerán la navegabilidad del Tajo y el acondicionamiento de senderos de la comarca</li> <li>• Apertura de centros de interpretación</li> <li>• Creación de un portal web interactivo sobre el Tajo Internacional</li> <li>• Promoción de los productos agroganaderos y su gastronomía</li> <li>• Puesta en marcha de actividades de ocio y tiempo libre</li> <li>• Establecimiento de la gestión conjunta en materia de medio ambiente y patrimonio entre socios españoles y</li> </ul>

## Estudio sobre Estrategias Existentes de Promoción del Duero

Informe

Versión/Fecha: 4/ Marzo 2010



	portugueses
<b>Temporalización</b>	2007-2013
<b>Ámbito geográfico</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Municipios de Cáceres (Sierra San Pedro, Tajo-Salor y el municipio de Zarza la Mayor)</li><li>• Comarcas portuguesas (Beira Interior y Alto Alentejo)</li></ul>
<b>Cuantía presupuestaria</b>	7.482.918,33 Euros



Tabla 34. Lago de Alqueva

LAGO DE ALQUEVA	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diputación de Badajoz</li> <li>• Gobierno de Portugal</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	Estrategia de desarrollo, a ambos lados de la frontera, que apueste por el sector turístico y por las potencialidades del mundo rural, como elementos de crecimiento económico, competitividad y empleo
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación de guías turísticos especializados</li> <li>• Puesta en valor todos los recursos de los municipios implicados en el proyecto</li> <li>• Diseño de un catálogo de alojamientos y establecimientos hosteleros de la comarca</li> <li>• Mejora de las infraestructuras y dotaciones de los municipios que abarcan el proyecto</li> <li>• Fomento de los usos turísticos de la zona: deportes náuticos o acuáticos, senderismo, rutas, actividades cinegéticas, etc.</li> <li>• Creación de la Oficina de la Inversión de Alqueva</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	El proyecto está integrado dentro del Programa de Cooperación Transfronteriza España-Portugal 2007-20013
<b>Ámbito geográfico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipios de Badajoz (Alcochel, Cheles, Olivenza, Táliga y Villanueva del Fresno)</li> <li>• Región portuguesa de El Alentejo</li> </ul>
<b>Cuantía presupuestaria</b>	Aproximadamente 6.000.000 euros

### 5.3 Red de Cooperación Ruta Vía de la Plata

Tabla 35. Red de Cooperación Ruta Vía de la Plata

RUTA VÍA DE LA PLATA	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	Asociación voluntaria de ciudades ubicadas en la Vía de la Plata, que comprende las Comunidades Autónomas de Asturias, Castilla y León, Extremadura y Andalucía
<b>Objetivos</b>	Puesta en marcha de actuaciones conjuntas para la defensa y promoción de los recursos turísticos , históricos, culturales y económicos de las regiones implicadas
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercialización de diferentes paquetes turísticos en colaboración con Tourespaña: Fly&amp;Drive, turismo accesible, turismo cultural, turismo gastronómico, Go&amp;Golf, etc.</li> <li>• Organización del programa Ponte en Ruta: actividades destinadas a estudiantes de primaria, E.S.O. y bachillerato</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	Desde 1997 hasta la actualidad
<b>Ámbito geográfico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asturias: Gijón, Ribera de Arriba, Morcín, Riosa, Mieres, Aller y Lena</li> <li>• Castilla y León: La Pola de Gordón, León, La Bañeza, Benavente, Zamora, Salamanca y Béjar</li> <li>• Extremadura: Baños de Montemayor, Carcaboso, Plasencia, Casar de Cáceres, Cáceres, Mérida, Zafra, Calzadillo de los Barros, Fuente de Cantos y Monesterio</li> <li>• Andalucía: Sevilla, Santiponce y Carmona</li> </ul>

## Estudio sobre Estrategias Existentes de Promoción del Duero

Informe

Versión/Fecha: 4/ Marzo 2010



URL

<http://www.rutadelaplata.com>



## 5.4 Proyecto de Cooperación Adquisición de Marca de Calidad Territorial Europea

Tabla 36. Proyecto de Cooperación Adquisición de Marca de Calidad Territorial Europea

PROYECTO DE COOPERACIÓN ADQUISICIÓN DE MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL EUROPEA	
<b>Entidad/es promotora/s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Gobierno de España</li> <li>• Iniciativa Comunitaria de Desarrollo Rural Leader+</li> <li>• Asociación de Desarrollo Rural Integral de la Ribera del Duero Burgalesa (A.D.R.I.)</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar la competitividad territorial</li> <li>• Construcción de una marca de calidad territorial común, de ámbito europeo y validada por la Comisión Europea</li> </ul>
<b>Líneas de actuación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificación el territorio de la Ribera del Duero Burgalesa con la marca de calidad territorial</li> <li>• Homologación las certificaciones a las empresas que ya tienen este distintivo</li> <li>• Impulso a nuevas empresas de la región para que se integren en la marca</li> </ul>
<b>Temporalización</b>	2009-2015
<b>Ámbito geográfico</b>	Ribera del Duero Burgalesa
<b>URL</b>	-

## 6 Caracterización general de los productos transfronterizos existentes y bases sobre las que debe impulsarse un plan estratégico sobre el Turismo

---

El análisis anterior permite extraer, en líneas generales, las principales realidades observables para el establecimiento del marco de trabajo de la futura estrategia turística en la Ribera de Duero.

A la vista de las actuaciones y estrategias de colaboración analizadas, la situación actual de las acciones emprendidas en el turismo transfronterizo y en municipios ribereños gira en torno a actuaciones de desarrollo y promoción que comparten un denominador común: la construcción y promoción de una oferta turística de calidad. Para ello, se incide en aquellos elementos que afectan de manera directa a la competitividad, dentro de los cuales se pueden identificar tres grandes bloques:

- A. **Producto**, entendido como la combinación de diversos elementos que conforman una oferta turística concreta o la concatenación de una serie de equipamientos o recursos culturales, arquitectónicos, naturales, patrimoniales o gastronómicos. Suele ser objeto de la mayoría de las estrategias observadas: la promoción del turismo gastronómico y etnográfico –centros de interpretación-, el enoturismo,

el turismo rural, el turismo de actividades de ocio o la oferta de rutas que combinan alguna de estas temáticas son ejemplos de este primer bloque de actuaciones específicamente dirigidas a la mejora de la oferta mediante producto.

- B. **Recursos.** Junto con el primer bloque, los recursos son objeto de un importante número de actuaciones, tanto individuales como de cooperación entre municipios u oferentes turísticos. Dentro de este bloque se identifican tanto recursos humanos como materiales – equipamientos, infraestructuras y recursos naturales y patrimoniales-, y ejemplos de estas actuaciones son la promoción y rehabilitación del patrimonio local, la mejora de la calidad de las infraestructuras y servicios turísticos o la formación de personal experto y la gestión y promoción de los productos turísticos existentes.
- C. **Comercialización:** finalmente se encuentra un tercer bloque de actuaciones y estrategias relacionadas con la comercialización y la promoción de los productos y destinos. Si bien las acciones de comercialización enmarcadas en las estrategias observadas son menores que las analizadas en los bloques de producto y recurso, su incorporación en los proyectos de colaboración es cada vez mayor. Es decir, la visibilidad del producto o destino turístico empieza a ser uno de los motivos fundamentales en la creación de estrategias de cooperación. La publicación y difusión de material promocional –tanto en soporte escrito como on-line- y la creación, promoción y consolidación de una imagen de marca –como la de Ribera del Duero- son ejemplos de estas actuaciones.

Estos bloques de actuaciones son especialmente habituales en los proyectos de carácter cooperativo, destacando en estos casos la voluntad de obtener de estos acuerdos colaborativos sinergias en materia turística extraídas de la puesta en común de las potencialidades de cada región o destino, con el objeto de crear un producto turístico fuerte y competitivo.

La consolidación de una imagen de calidad turística y de un producto turístico diferenciado pasa a ser el objetivo último de las actuaciones anteriormente analizadas. Aunar las características destacables y las ventajas competitivas de cada región se convierten así en el factor común de éxito en la promoción turística del conjunto de municipios ribereños del Duero.

Es este el contexto sobre el que se debe impulsar un plan estratégico de Turismo en la promoción del Duero. A partir de esta base, y partiendo del liderazgo del Ayuntamiento de Zamora, deberán tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

- En primer lugar, deberá tenerse en cuenta la estrategia local en materia de turismo: cuál es la dirección de la misma, qué objetivos se persiguen en los diferentes hitos personales y con qué recursos se espera contar para la consecución de estos objetivos.
- En segundo lugar, se identificarán aquellos destinos y municipios, dentro de la Asociación Ibérica de Municipios Ribereños del Duero, en los que puedan existir coincidencias lo suficientemente significativas como para plantearse una estrategia colaborativa –por una adecuada convergencia de los objetivos estratégicos locales o por la existencia de complementariedad en la oferta turística-. Si la

estrategia de colaboración debiera articularse con los municipios participantes en el Proyecto Fluvial, se identificarán aquellos elementos de las correspondientes ofertas turísticas que puedan integrarse en este espacio colaborativo de la forma más adecuada.

- Finalmente, una estrategia de estas características, con independencia de las temáticas y ámbitos que pueda incorporar, deberá integrar instrumentos que permitan una óptima gestión. Si bien las herramientas propias de estos proyectos de colaboración, formadas por responsables de las distintas entidades implicadas, son necesarias, lo cierto es que en no pocas ocasiones se producen deficiencias en la implantación de estas estrategias por escasa dedicación o agotamiento de plazo. En este sentido, es interesante ver cómo la implicación de empresas especializadas del sector privado, cofinanciadoras de determinados proyectos por la atracción que supone la futura exportación de algunos de los productos resultantes de esta colaboración, ha supuesto un revulsivo para los objetivos la misma. Otro ejemplo se encuentra en la externalización parcial de la gestión, especialmente en el impulso y seguimiento de las actuaciones enmarcadas en la estrategia de cooperación.

## 7 Índice de tablas

---

Tabla 1. Ruta del vino ribera del Duero. Plan de Dinamización Turística.....	11
Tabla 2. Plan de Promoción Turística y Cultural de Valladolid.....	14
Tabla 3. Plan de Dinamización del Producto Turístico de Soria .....	15
Tabla 4. Plan de Dinamización del Producto Turístico de la Mancomunidad de Tierras Altas .....	16
Tabla 5. Plan de Promoción Turística de Villarino de los Aires (Salamanca).....	18
Tabla 6. Plan Estratégico de puesta en valor de los recursos naturales y medioambientales destinados a la potenciación del turismo en Soria 2007-2013 .....	20
Tabla 7. Plan de promoción turística de Molinos de Duero .....	22
Tabla 8. Plan USA 2009-2010 .....	23
Tabla 9. Plan de Mejora de la Calidad del Servicio Turístico en la Comarca Ribera del Duero Burgalesa .....	25
Tabla 10. Programa "Las llaves de la ciudad 2009" .....	29
Tabla 11. Salamanca Ciudad del Español .....	30
Tabla 12. Museo Interpretativo del Duero, Hinojosa de Duero .....	31
Tabla 13. Soria Románica .....	32
Tabla 14. "Paisaje Interior" Edades del Hombre 2009 .....	34
Tabla 15. "Diséñate Soria con Nosotros. Propuestas 2009" .....	35
Tabla 16. "Soria en el bolsillo" .....	36



Tabla 17. Oficina de Enoturismo de Valladolid .....	38
Tabla 18. Valladolid Turismo Gastronómico .....	39
Tabla 19. Club de Amigos de la Provincia.....	40
Tabla 20. Turismo Escolar.....	41
Tabla 21. “Lo que Zamora ofrece” .....	42
Tabla 22. “Zamora Ensimisima” .....	43
Tabla 23. “Zamora Románica” .....	44
Tabla 24. Plan de señalización turística de Toro .....	45
Tabla 25. Rota do Românico do Vale do Sousa (RRVS) .....	47
Tabla 26. Rutas Gourment Lousada (Rota do Românico do Vale do Sousa).....	49
Tabla 27. Porto Tours .....	50
Tabla 28. Porto Card.....	51
Tabla 29. Itinerario turístico transfronterizo en los Pirineos .....	54
Tabla 30. Cooperación turística entre Cataluña y Midi-Pyrénées.....	55
Tabla 31. “Nuevas ciudades fluviales del Siglo XXI” .....	56
Tabla 32. Cooperación transfronteriza “Proyecto Demeter” .....	59
Tabla 33. Tajo Internacional.....	60
Tabla 34. Lago de Alqueva.....	62



# Estudio sobre Estrategias Existentes de Promoción del Duero

Informe

Versión/Fecha: 4/ Marzo 2010



Tabla 35. Red de Cooperación Ruta Vía de la Plata.....	63
Tabla 36. Proyecto de Cooperación Adquisición de Marca de Calidad Territorial Europea .....	65

