



Ayuntamiento de  
**Valladolid**  
Turismo, Eventos  
y Marca Ciudad



# Evaluación de la ejecución del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2024-2027

*Año 2025*

## Índice

1. Introducción .....	2
2. Visión global del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2024-2027 .....	3
3. Evaluación de la ejecución del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2024-2027. Año 2025 .....	6
Evaluación por ejes de actuación .....	7
4. Índice de gráficos.....	20

## 1. Introducción

El Plan Estratégico de Turismo de la Valladolid 2024-2027, promovido desde el Ayuntamiento de Valladolid, elaborado con la participación del sector turístico y la de otros agentes públicos y privados que intervienen en la actividad turística de la ciudad y su entorno, persigue consolidar el posicionamiento alcanzado por la ciudad y su entorno como destino turístico y reforzar el proceso de desarrollo turístico sostenible impulsado por el programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destino, en el que la ciudad de Valladolid fue seleccionada para la ejecución de dos proyectos, en el marco del Componente 14, Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico, dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

En este contexto se inscribe el Plan Estratégico de Turismo de Valladolid 2024-2027 como nueva hoja de ruta que, fundamentada una vez más en la participación de los actores turísticos de la ciudad, define un marco y unas propuestas de acción que han de contribuir a impulsar su proceso de transformación como Destino Turístico Inteligente, fortaleciendo el desarrollo sostenible y la circularidad del sector; alineando la estrategia turística de la ciudad con las tendencias sociales y económicas (nuevos turistas, nuevos modelos de negocio, desarrollo tecnológico, cambios sociales, etc.); y contribuyendo a seguir mejorando el posicionamiento turístico de Valladolid y la competitividad del sector, buscando con ello la generación de empleo y el incremento de la calidad de la experiencia turística en el destino y la calidad de vida de los residentes.

Para asegurar el logro de los objetivos del Plan Estratégico es esencial el seguimiento de su ejecución. En la actualidad, la capacidad de ejecución del plan constituye uno de los factores de diferenciación con respecto a los destinos competidores, dado que este proceso es uno de los déficits de mayor relevancia en los destinos. En este sentido, el Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2024-2027 contempla un sistema de gestión y seguimiento que permite controlar y medir el proceso de ejecución del Plan. Los objetivos de este sistema son:

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

## 2. Visión global del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2024-2027

El Plan Estratégico de Turismo de Valladolid 2024-2027 es, como ya se ha mencionado, el resultado de un proceso participativo que ha contado con el sector turístico y el conjunto de agentes públicos y privados relacionados con el turismo en la ciudad.

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

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

La Misión del Plan Estratégico de Turismo de Valladolid 2024-2027 es ser una herramienta que contribuya a impulsar el desarrollo sostenible y equilibrado del turismo integrando y cohesionando los diferentes nodos y agentes que participan en el ecosistema turístico del destino, promoviendo la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía y de la experiencia de los visitantes.

Y la Visión, consensuada con el conjunto de actores relacionados, directa e indirectamente con el turismo, define la ciudad de Valladolid como una **ciudad castellana** con una **gran personalidad, culta, próspera, hospitalaria y disfrutona**, de **escala humana**, con una **ubicación estratégica**, que es clave para entender el **legado histórico de España y la cultura del vino**, y que se expresa a través de un **patrimonio** y un **territorio singular**, de un **ecosistema cultural vivo y creativo**, de una **gastronomía** innovadora pero vinculada a la tradición culinaria de Castilla y León y a productos locales, y del **saber hacer** de las instituciones y empresas que componen el sistema turístico local.

Finalmente, la propuesta estratégica se concreta en un Plan de Actuación conformado por 4 programas/lineamientos estratégicos que recogen las actuaciones a ejecutar:

### 1. Programa de desarrollo turístico sostenible

El desarrollo turístico sostenible es claramente dependiente del modelo urbano y turístico del destino. El turismo tiene una relación muy estrecha con el hecho urbano, donde la ciudad es soporte y elemento básico de la experiencia turística. En este contexto, la sostenibilidad forma parte indisoluble de los procesos de renovación urbano-turística que comprenden diversos ámbitos de actuación:

- ✓ Protección y mejora del paisaje y del entorno urbano.

- ✓ Renovación y reconversión de espacios urbanos degradados
- ✓ Gestión sostenible de recursos patrimoniales, espacios de calidad ambiental, etc.
- ✓ Impulso a los factores de competitividad del sector turísticos: sostenibilidad, profesionalidad, calidad e innovación.

## 2. Programa de producto turístico

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

## 3. Programa de marketing turístico

En este programa se agrupan las acciones destinadas a incrementar el posicionamiento turístico de la ciudad de Valladolid, y la comercialización de los productos que conforman su oferta. Con los objetivos de:

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

## 4. Programa de gobernanza y gestión del turismo

El carácter transversal de la actividad turística, hace que la gestión del destino, a nivel institucional y participativo, constituya uno de los puntos clave a consolidar dentro de los destinos turísticos. En este sentido, el presente eje estratégico pretende dotar a Valladolid de instrumentos de referencia en materia de gobernanza, colaboración público-privada, competitividad e inteligencia turística.

## RESUMEN ACTUACIONES PLAN ACTUACIÓN 2024-2027

1	Desarrollo Sostenible	2	Producto Turístico	3	Marketing Turístico	4	Gobernanza y Gestión Turística
1.A.1.	Plan de Accesibilidad y Diseño Universal de Valladolid	2.A.1.	Valladolid, capital en la Historia	3.A.1.	Nueva marca turística de Valladolid, alineada con el proyecto de Marca Ciudad	4.A.1.	Pacto Local por un turismo creativo y sostenible
1.A.2.	Palacio de Congresos y Exposiciones de Valladolid	2.A.2.	Valladolid grandes eventos: Semana Santa y SEMINCI	3.A.2.	Plan de marketing turístico de Valladolid	4.A.2.	Reforzar la Sociedad Mixta de Turismo de Valladolid
1.A.3.	Centro de la Cultura del Vino	2.A.3.	Valladolid Destino integral	3.A.3.	Renovación de los soportes de marketing y comercialización del turismo de Valladolid	4.A.3.	Creación de la Comisión Técnica Interconcejalias
1.A.4.	Nuevo nodo turístico ampliado: Valladolid Ciudad del Renacimiento (San Pablo-Pisuerga-Plaza de Zorrilla-Plaza de España-Santa Cruz-MN Escultura)	2.A.4.	Valladolid, centro de reuniones (MICE)	3.B.1.	Comunicación	4.A.4.	Día del Turismo de Valladolid y Premios a las Buenas Prácticas
1.A.5.	Centro de Interpretación de Valladolid	2.A.5.	Turismo deportivo: Valladolid Sports Bureau	3.B.2.	Acciones B2B	4.B.1.	Valladolid DTI
1.A.6.	Nodo verde-cultural del Campo Grande	2.A.6.	Valladolid, capital del enoturismo y la gastronomía	3.B.3.	Acciones B2C	4.B.2.	Valladolid Anfitriones. Plan de Sensibilización ciudadana sobre el turismo.
1.B.1.	Plan de Señalización Turística Inteligente de Valladolid	2.B.1.	Consolidación del City Break	3.B.4.	Plan de Branding Interno	4.B.3.	Observatorio de Turismo Inteligente de Valladolid
1.B.2.	Promoción del Eje Turístico “Valladolid: Ríos y Canales”	2.B.2.	Valladolid UNESCO Creative City.			4.B.4.	Plan de profesionalización del sector turístico de Valladolid
1.B.3.	Transición verde, adaptación al cambio climático e impulso de la economía circular	2.B.3.	Impulso del turismo idiomático			4.B.5.	Desarrollo de alianzas estratégicas institucionales en relación con el desarrollo turístico sostenible
1.B.4.	Sistema de Calidad Turística						
1.B.5.	Impulso a la innovación, la digitalización y el capital humano del sector turístico de Valladolid						
1.B.6.	Renovación de la oferta de alojamiento turístico de Valladolid						
1.B.7.	Potenciación y ordenación de la oferta museística de Valladolid						

### 3. Evaluación de la ejecución del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2024-2027. Año 2025

La ejecución del Plan Estratégico de Turismo de Valladolid 2024-2027 se enmarca dentro del conjunto de atribuciones conferidas a la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid, entidad responsable de la gestión turística de la ciudad de Valladolid.

Para el desarrollo de este cometido, la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid, teniendo como base de trabajo el Project Plan del Plan Estratégico, elabora con carácter anual un Plan Operativo de ejecución en el que se definen las actuaciones del Plan seleccionadas para su ejecución.

El presente documento evalúa el grado de ejecución de las acciones propuestas en cada una de las líneas estratégicas que conforman el Plan Operativo correspondiente al año 2025, y que además de continuar con los trabajos emprendidos el año anterior, se han iniciado nuevas actuaciones del Plan Estratégico.

La evaluación de la ejecución del Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Valladolid 2024-2027, se ha llevado a cabo utilizando como base el Project Plan y el Sistema de Gestión y Seguimiento definidos. En este sentido, se ha analizado cada una de las acciones en función del calendario de ejecución previsto y de los indicadores de seguimiento definidos en cada una de ellas.

En conjunto, **el grado de ejecución del Plan Estratégico de Turismo de Valladolid 2024-2027, a la finalización del año 2025 es del 71%**, un porcentaje notable considerando que este es el segundo año de ejecución del Plan, y que en 2024 sólo se contó con 6 meses de ejecución.

El eje de **Desarrollo Turístico Sostenible registra nivel de ejecución del 67%**; el eje de **Producto Turístico muestra un nivel de ejecución del 62%**; el eje de **Marketing Turístico, presenta un nivel de ejecución del 71%** de sus actuaciones; y por último, el eje de **Gobernanza y gestión del turismo muestra un estado de ejecución del 85%**, siendo el eje con un mayor grado de desarrollo, debido principalmente al carácter de las acciones propuestas, directamente relacionados con la gestión de la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid.

A continuación se presenta el desarrollo detallado por eje.

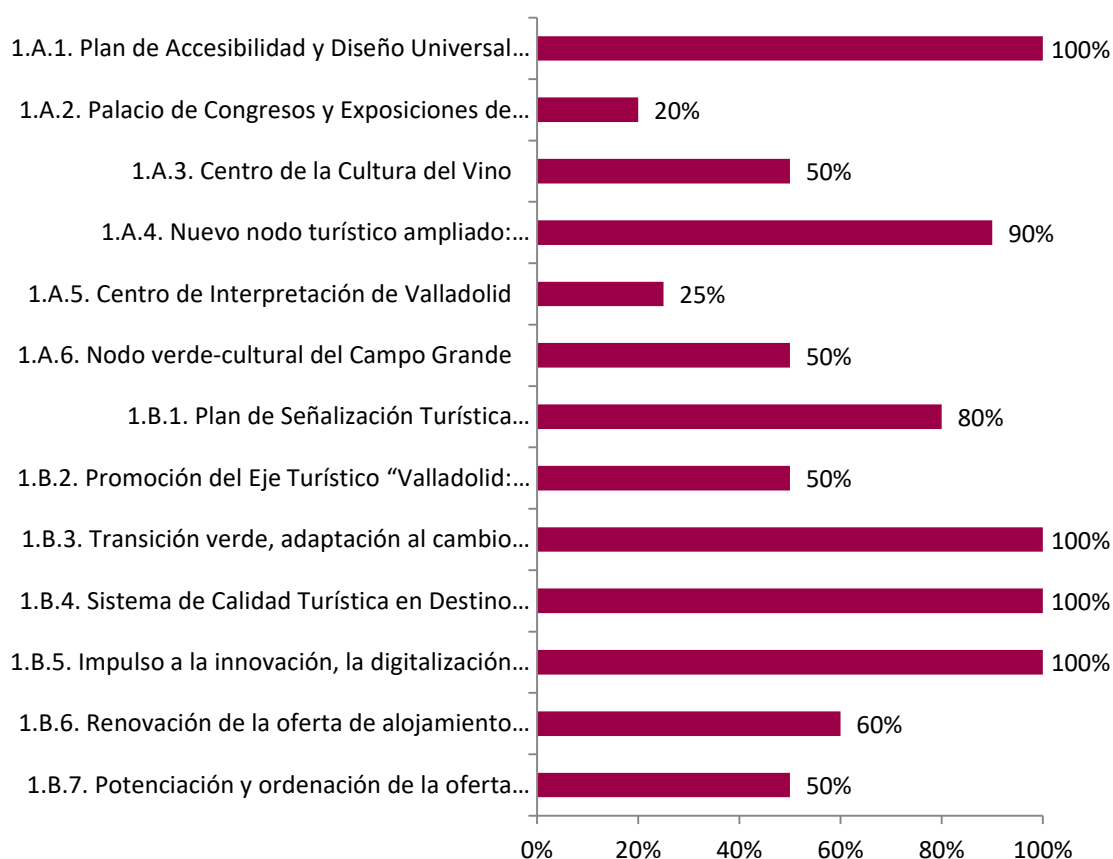
## Evaluación por ejes de actuación

### Actuaciones eje 1 Desarrollo Turístico Sostenible

La estrategia de desarrollo turístico sostenible está orientada a actuar sobre los factores que inciden de manera directa en los factores relacionados con la sostenibilidad del turismo, contribuyendo a minorar los impactos negativos del turismo sobre la ciudad y sus residentes, contribuyendo a mejorar las condiciones de competitividad del turismo y generar un espacio urbano con mayor calidad de vida, al tiempo que propicie una mayor calidad de la experiencia turística para sus visitantes.

El gráfico 1 siguiente recoge el grado de ejecución de las **13 actuaciones** del eje de Desarrollo Turístico Sostenible, que se extrae de la valoración de los indicadores de seguimiento definidos en el Plan, para el periodo referido.

Gráfico 1. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman el eje de Desarrollo Turístico Sostenible



Fuente: Sistema de seguimiento del PET. Elaboración propia.

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

P1 Desarrollo Turístico Sostenible			
1.A.1	Plan de Accesibilidad y Diseño Universal de Valladolid	<p>Finalizada la elaboración del Plan de Accesibilidad Turística de Valladolid en Diciembre de 2025.</p> <p>Además se han desarrollado las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Renovación de <a href="http://www.info.valladolid.es">www.info.valladolid.es</a> (nuevo diseño que incluye la accesibilidad).</li> <li>• Formación en accesibilidad al personal de la Oficina de Información Turística de Valladolid.</li> </ul>	100%
1.A.2	Palacio de Congresos y Exposiciones de Valladolid	<p>En relación con esta actuación, el Ayuntamiento de Valladolid, a través de la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid, ha impulsado y realizado reuniones con los diferentes agentes relacionados con el turismo de congresos en Valladolid, particularmente con la Feria, con el objetivo de organizar y abordar el proyecto de desarrollo de un Palacio de Congresos en la ciudad de Valladolid.</p>	20%
1.A.3	Centro de la Cultura del Vino	<p>El proyecto está en ejecución. A lo largo del año 2026 se abrirá al público el Centro de la Cultura del Vino con plena funcionalidad, cuyo formato inicial coincide con la primera fase de la rehabilitación integral del Convento de Santa Catalina de Siena.</p>	50%
1.A.4	Nuevo nodo turístico ampliado: Valladolid Ciudad del Renacimiento	<p>En relación con esta actuación se han desarrollado las siguientes tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificados los Recursos histórico-patrimoniales relacionados con la temática del eje.</li> <li>• Elaborada la propuesta de itinerario de la Ruta “Valladolid del Renacimiento”.</li> <li>• Diseño y desarrollo de la visita guiada “La Controversia de Valladolid”, debate crucial en el Renacimiento español entre Bartolomé de las Casas y Juan Ginés de Sepúlveda sobre la humanidad y los derechos de los indígenas americanos.</li> </ul>	90%

P1 Desarrollo Turístico Sostenible			
1.A.5	Centro de Interpretación de Valladolid	La Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid considera utilizar la rehabilitación del Convento de Santa Catalina de Siena como el espacio idóneo para desarrollar el proyecto de Centro de Interpretación de Valladolid, en su parte de la Valladolid remota (restos arqueológico) e histórica (capital imperial). Estos aspectos están ya incorporados al proyecto museográfico en marcha y se completarán mediante actividades experienciales in situ en los propios espacios del Convento, a la espera de que puedan incorporarse nuevas fases.	25%
1.A.6	Nodo verde-cultural del Campo Grande	En relación con esta actuación se han desarrollado las siguientes tareas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificados los Recursos patrimoniales y culturales relacionados con la temática del eje.</li> <li>• En elaboración la propuesta de itinerario de la Ruta.</li> </ul>	50%
1.B.1	Plan de Señalización Turística Inteligente de Valladolid	Finalizada la elaboración del Plan de Señalización Turística Inteligente de Valladolid. En la actualidad se lleva a cabo la ejecución del Plan de Señalización.	80%
1.B.2	Promoción del Eje Turístico “Valladolid: Ríos y Canales”	En relación con esta actuación se han desarrollado las siguientes tareas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificados los Recursos patrimoniales y culturales relacionados con la temática del eje.</li> <li>• En elaboración la propuesta de itinerario de la Ruta.</li> </ul>	50%
1.B.3	Transición verde, adaptación al cambio climático e impulso de la economía circular	Finalizado el proyecto de impulso a la economía circular en el sector turístico de Valladolid, desarrollando las siguientes tareas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesiones de formación sobre economía circular a empresas turísticas de Valladolid.</li> <li>• Asistencia técnica a las empresas turísticas seleccionadas para la elaboración de un diagnóstico de economía circular y un Plan de Acción.</li> <li>• Desarrollo de un programa de reducción y aprovechamiento de residuos alimenticios en el sector turístico de Valladolid.</li> <li>• Desarrollo de una campaña “Cero plásticos”.</li> </ul>	100%

P1 Desarrollo Turístico Sostenible			
1.B.4	Sistema de Calidad Turística en Destino (SICTED)	Adjudicada asistencia técnica para el año 2026-2027. • Continuidad de las labores de desarrollo del SICTED en Valladolid.	100%
1.B.5	Impulso a la innovación, la digitalización y el capital humano del sector turístico de Valladolid	La Cámara de Comercio de Valladolid, en colaboración con la Sociedad Mixta, ha realizado un diagnóstico de necesidades formativas del sector turístico de Valladolid, que incluye aspectos como la innovación y la digitalización en las empresas turísticas.	100%
1.B.6	Renovación de la oferta de alojamiento turístico de Valladolid	La Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid está trabajando en el diseño de un cuestionario para iniciar el estudio sobre la oferta de alojamiento hotelero de la ciudad de Valladolid. Por otro lado, siguiendo la estela de crecimiento del destino, y atendiendo a las estrategias comerciales de cadenas hoteleras y empresas de apartamentos y VUT, se aprecia una importante renovación y ampliación de la planta hotelera, al tiempo que se observa un crecimiento sostenido de la oferta de alojamientos no hoteleros, en una senda de estabilidad.	60%
1.B.7	Potenciación y ordenación de la oferta museística de Valladolid	En relación con esta actuación se han realizado las siguientes tareas: • Promoción de la oferta museística de la ciudad de Valladolid en los soportes de información turística. • Inclusión de la oferta museística del Ayuntamiento en la Tarjeta Turística. • Por otro lado, el Centro de la Cultura del Vino incorpora un apartado museístico, además de espacio experiencial y de atención al visitante, que viene a completar la oferta museística de Valladolid con un atractivo local tan relevante como la cultura vitivinícola, y que se abrirá en 2026.	50%

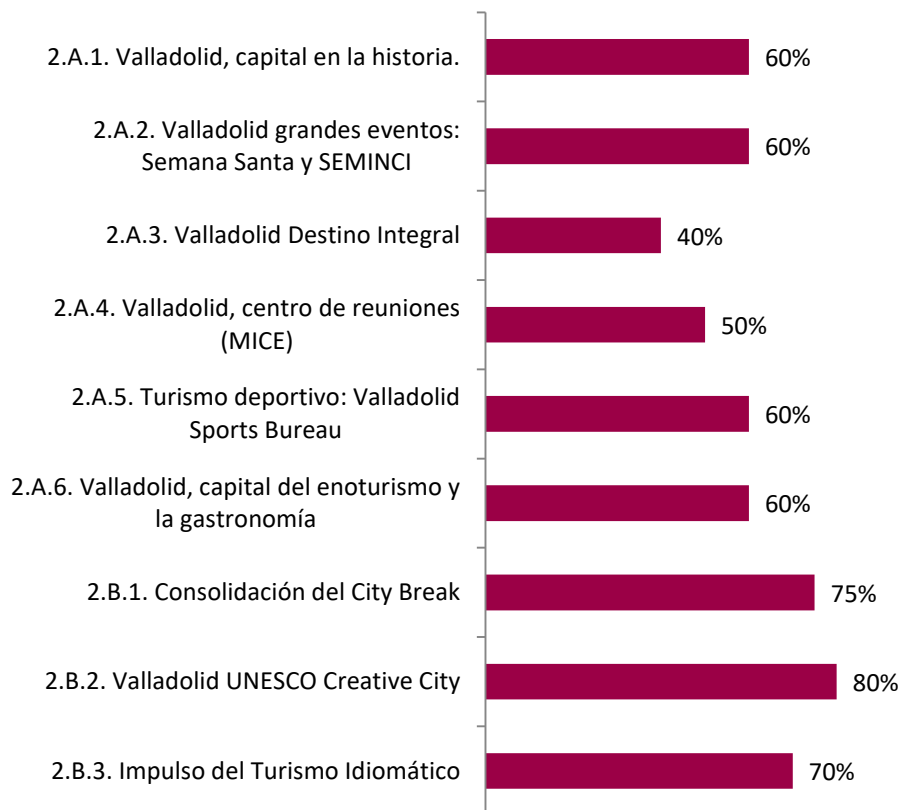
## Actuaciones eje 2 Producto Turístico

Esta línea estratégica está dirigida a mejorar la orientación al mercado de los productos turísticos actuales de la ciudad de Valladolid. Los objetivos de este programa son:

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

El gráfico 2 muestra el grado de ejecución de cada una de las **9 actuaciones** programa de Producto Turístico, que se extrae de la valoración de los indicadores de seguimiento definidos en el Plan.

Gráfico 2. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman el eje de Productos Turísticos



Fuente: Sistema de seguimiento del PET. Elaboración propia.

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

P2	Productos Turísticos		
2.A.1	Valladolid, capital en la historia.	<p>En relación con esta actuación el Ayuntamiento de Valladolid ha organizado un conjunto de actividades relacionadas con uno de los acontecimientos históricos más relevantes de la historia moderna de España, se trata de la “Controversia de Valladolid”. A continuación en el siguiente enlace se recoge la agenda de actividades organizadas. <a href="https://info.valladolid.es/la-controversia-de-Valladolid">https://info.valladolid.es/la-controversia-de-Valladolid</a>.</p> <p>Por otro lado, el Ayuntamiento de Valladolid, en colaboración con la Diputación de Valladolid, está diseñando un programa de actividades relacionadas con la celebración del aniversario del nacimiento de Felipe II, que se celebra en 2027, de gran importancia para la imagen de Valladolid como ciudad de relevancia en la historia de España.</p> <p>También, mencionar el reforzamiento de celebraciones puntuales en colaboración con entidades no municipales como el aniversario anual del funeral de Red Hugh O'Donnell, héroe nacional irlandés que falleció en Simancas en 1602, o la promoción turística de celebraciones culturales históricas, como las que se realizan en colaboración con el Archivo Municipal.</p>	60%
2.A.2	Valladolid grandes eventos: Semana Santa y SEMINCI	<p>En relación con esta actuación se han realizado las siguientes tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El Ayuntamiento, junto con la Junta de Cofradías de Valladolid, realizó una programación turística para la Semana Santa de 2025, que incluyó la puesta en marcha de varias rutas de Semana Santa, turismo familiar y visitas teatralizadas.</li> <li>• El Ayuntamiento de Valladolid, a través del programa Valladolid City of Film han convocado, por séptimo año consecutivo, el concurso de cortometrajes “Seminci Factory - Valladolid Film Commission”.</li> <li>• Exposición sobre el cine español en SEMINCI.</li> <li>• Promoción de los grandes eventos en las RRSS.</li> </ul>	60%

P2	Productos Turísticos		
2.A.3	Valladolid Destino Integral	<p>En relación con esta actuación se han desarrollado las siguientes tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas de promoción turística de Valladolid en el marco del Club de Producto Ciudades AVE, Spain Film Commission, Saborea España, de Ciudades Teresianas, etc.</li> <li>• Convenios de promoción turística cruzada con otros destinos turísticos nacionales; Sevilla, Madrid, Murcia, Castellón, Lanzarote. Y también internacionales; Querétaro y Yucatán (en México), Ahmedabad (en La India), y Sarawak (en Malasia).</li> </ul>	40%
2.A.4	Valladolid, centro de reuniones (MICE)	<p>Las acciones que la Oficina de Congresos de Valladolid ha llevado a cabo en relación con la adecuación de la oferta a las tendencias actuales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en acciones formativas sobre sostenibilidad en el mercado MICE.</li> <li>• Desarrollo de un programa de reducción de plástico y papel.</li> <li>• Realización de Jornadas de sensibilización sobre congresos sostenibles.</li> </ul>	50%
2.A.5	Turismo deportivo: Valladolid Sports Bureau	<p>La Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid ha impulsado el posicionamiento de Valladolid como destino de turismo deportivo mediante el desarrollo de las siguientes actuaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consolidación del Valladolid Premier Padel P2, torneo profesional que forma parte del circuito mundial Premier Padel.</li> <li>• Convenio de colaboración permanente con la Fundación Municipal de Deportes para la promoción y captación de eventos deportivos en Valladolid.</li> <li>• Inclusión de los hoteles y apartamentos turísticos en las actividades de promoción y captación de eventos deportivos en la ciudad de Valladolid.</li> </ul>	60%

P2		Productos Turísticos	
2.A.6	Valladolid, capital del enoturismo y la gastronomía	<p>En relación con la consolidación de Valladolid como destino eno-gastronómico de referencia se han desarrollado las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en eventos eno-gastronómicos de referencia internacional con Saborea España.</li> <li>• Participación en Madrid Fusión.</li> <li>• Impulso a la internacionalización del know-how de eventos gastronómicos de Valladolid con la celebración del Concurso de Tapas de las Américas, celebrado en Querétaro (México).</li> <li>• Apoyo a la celebración de FINE 2025.</li> <li>• Continuidad con la organización del Concurso Nacional de Pinchos y Tapas.</li> </ul>	60%
2.B.1	Consolidación del City Break	<p>Elaboración de experiencias “Valladolid fin de semana” para diferentes segmentos y perfiles, combinando los recursos culturales, naturales y eno-gastronómicos de Valladolid. <a href="https://infovalladolid.ciceroneweb.com/home">https://infovalladolid.ciceroneweb.com/home</a></p>	75%
2.B.2	Valladolid UNESCO Creative City	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Ayuntamiento de Valladolid, a través de la Valladolid Film Comission ha participado en el programa de Experiencias Turísticas de España, dentro del proyecto <i>Spain Screen</i>. Entre las experiencias creadas está la Ruta de Memento Mori.</li> <li>• Por otro lado la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid está trabajando en la realización de productos y servicios basados en el patrimonio fílmico local, en especial el generado en la última década (visitas guiadas y teatralizadas, materiales digitales y audiovisuales, apps).</li> </ul>	80%
2,B,3	Impulso del Turismo Idiomático	<p>En relación con esta actuación se han desarrollado las siguientes tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Firma de un Convenio con la Universidad de Valladolid y otros agentes relacionados con el turismo idiomático para impulsar el desarrollo del producto.</li> <li>• Contratación de una empresa para la promoción y comercialización del turismo idiomático en Valladolid.</li> <li>• Desarrollo de estrategias de mejora de la comercialización y acciones directas en destinos, estableciendo una base de colaboración permanente con Turespaña en Italia y Europa Central.</li> </ul>	70%

### Actuaciones eje 3 Marketing Turístico

Este eje estratégico persigue la mejora del posicionamiento de Valladolid a nivel nacional e internacional a partir de la mejora de las actuales herramientas de comunicación y promoción de la ciudad como destino turístico; optimizar aprovechamiento de los instrumentos de comunicación y promoción propios y de otros ámbitos institucionales, implementados para facilitar la promoción y comercialización de los destinos a nivel internacional; y desarrollar una nueva imagen de marca ciudad renovada y adecuada a las señas de identidad diferenciadoras de Valladolid como destino turístico.

El siguiente gráfico representa el grado de ejecución de cada una de las **7 actuaciones** del programa de Marketing Turístico, que se extrae de la valoración de los indicadores de seguimiento definidos en el Plan.

Gráfico 3. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman el eje de Marketing Turístico



Fuente: Sistema de seguimiento del PET. Elaboración propia.

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

P3 Marketing Turístico			
3.A.1	Nueva marca turística de Valladolid, alineada con el proyecto de Marca Ciudad	<p>El Ayuntamiento de Valladolid ha ejecutado la primera parte del proyecto con la realización de un Estudio a través del que se han determinado la nueva estrategia de marca de Valladolid, centrada en consolidar un modelo turístico de interior integral, competitivo y con proyección internacional. Sus ejes fundamentales incluyen la gastronomía, el turismo de congresos, el cine y la conectividad con Madrid, destacando como destino seguro y de alto valor.</p> <p>En el mes de diciembre de 2025 ha sido convocado un “Concurso de Ideas” para diseñar la nueva marca ciudad que represente a Valladolid dentro y fuera de España.</p> <p>El proceso, publicado en la Plataforma de Contratación del Sector Público, contempla la creación de la identidad visual, el manual corporativo y la creatividad publicitaria para la campaña de lanzamiento.</p>	65%
3.A.2	Plan de Marketing Turístico de Valladolid	La Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid ha elaborado un Plan de Marketing Turístico. En la actualidad está en proceso de validación y consenso por parte del conjunto de agentes turísticos de la ciudad.	50%
3.A.3	Renovación de los soportes de marketing y comercialización del turismo de Valladolid	La Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid ha renovado la mayor parte de los soportes de marketing y promoción (folletos, mapas, etc.). Así mismo existe, un procedimiento para la revisión anual de dichos soportes, y su adecuación.	100%
3.B.1	Comunicación	Durante el año 2025, cada departamento de la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid ha ejecutado las acciones de marketing previstas en su Plan Operativo. (Memoria de la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid 2025)	60%
3.B.2	Acciones B2B		
3.B.3	Acciones B2C		
3.B.4	Plan de Branding Interno	La Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid ha realizado varias acciones de Branding Interno (2 talleres) en los que han participado actores turísticos relevantes del destino. Uno de los talleres fue en marzo de 2024 y el 2º en el 3º trimestre de 2025	100%

#### Actuaciones eje 4 Gobernanza y Gestión del Turismo

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

El gráfico siguiente recoge el grado de ejecución de las **9 actuaciones** del eje de Gobernanza y Gestión del Turismo, que se extrae de la valoración de los indicadores de seguimiento definidos en el Plan, para el periodo referido.

Gráfico 4. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman el eje de Gobernanza y Gestión del Turismo



Fuente: Sistema de seguimiento del PET. Elaboración propia.

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

P4 Gobernanza y gestión del turismo			
4.A.1	Pacto Local por un turismo creativo y sostenible	<p>En relación con esta actuación, el Ayuntamiento de Valladolid ha desarrollado un conjunto de acciones relacionadas con la sensibilización al Sector Turístico de la ciudad en relación con la sostenibilidad y la economía circular, desarrollando un programa específico de reducción de desperdicios alimentarios dirigido a los establecimientos de hostelería de la ciudad.</p> <p>Por otro lado, se han desarrollado acciones de difusión tanto del Plan Estratégico de Turismo como del Plan de Sostenibilidad Turística. Y también se ha consolidado el desarrollo del turismo creativo con el incremento de actividades relacionadas con la Valladolid Spain Office.</p>	60%
4.A.2	Reforzar la Sociedad Mixta de Turismo de Valladolid	<p>En relación con esta actuación se han realizado las siguientes tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid ha reorganizado y reforzado su organización con la contratación de una técnico dedicada para la gestión de los proyectos SICTED y DTI.</li> <li>• Se ha elaborado el Plan Operativo de Marketing para 2025, y se ha definido un procedimiento para su elaboración en años posteriores.</li> <li>• Se ha incrementado el presupuesto anual destinado a la Sociedad Mixta para la promoción del Turismo de Valladolid, lo que permitirá incrementar sus actuaciones, especialmente en el ámbito de la promoción y la comunicación.</li> <li>• Se ha definido un procedimiento para el diseño y desarrollo de Productos Turísticos.</li> </ul>	100%
4.A.3	Creación de la Comisión Técnica Interconcejalías	<p>La Comisión de Seguimiento Interdepartamental del Ayuntamiento de Valladolid está constituida y en funcionamiento, manteniendo las reuniones que se han establecido en su reglamento de funcionamiento. La última reunión se realizó en septiembre de 2025.</p>	100%
4.A.4	Día del Turismo de Valladolid y Premios a las Buenas Prácticas	<p>Se ha elaborado un borrador de Reglamento para la convocatoria y celebración de los Galardones del Turismo de Valladolid. En la actualidad se está trabajando en la mejora del borrador, en el diseño de la Jornada, y en la determinación de la fecha.</p>	60%

<b>P4 Gobernanza y gestión del turismo</b>			
4.B.1	Valladolid DTI	En el mes de marzo de 2025 SEGITTUR ha validado el Diagnóstico DTI, y ha revalidado la certificación de Valladolid como Destino Turístico Inteligente. En la actualidad se trabajó en su consolidación y desarrollo.	100%
4.B.2	Valladolid Anfitriones. Plan de Sensibilización ciudadana sobre el turismo	En el marco de colaboración entre la Concejalía de Educación y la Sociedad Mixta para la Promoción del Turismo de Valladolid, se han desarrollado un conjunto de actividades escolares sobre turismo en Valladolid centradas en el conocimiento del patrimonio histórico y cultural de la ciudad. A través de visitas guiadas a la Plaza Mayor, el Campo Grande, el Museo Nacional de Escultura y actividades del Patrimonio Nacional, los estudiantes exploran la historia y cultura local. Estas actividades buscan fomentar el interés por el turismo local y el conocimiento de la historia de Valladolid entre los jóvenes. Así mismo, se han desarrollado actividades dirigidas a la ciudadanía sobre el patrimonio industrial de la ciudad como recurso turístico.	75%
4.B.3	Observatorio de Turismo Inteligente de Valladolid	Ejecutado el contrato de realización del Sistema de Inteligencia Turística de Valladolid, el cual se encuentra en proceso de inicio de funcionamiento.	100%
4.B.4	Plan de profesionalización del sector turístico de Valladolid	El Ayuntamiento de Valladolid en colaboración de la Cámara de Comercio de Valladolid, ha iniciado la elaboración del Plan de Formación y Profesionalización para el sector turístico de Valladolid con la elaboración de una encuesta a las empresas sobre sus necesidades formativas y el análisis de las respuestas obtenidas.	70%
4,B,5	Desarrollo de alianzas estratégicas institucionales en relación con el desarrollo turístico sostenible.	El Ayuntamiento de Valladolid ha establecido alianzas estratégicas con entidades comprometidas con el desarrollo turístico sostenible, tanto a nivel nacional (SEGITTUR, Impulsa Turismo) como europeas (principalmente a través de los proyectos europeos de Ciudad Misión).	100%

## 4. Índice de gráficos.

Gráfico 1. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman el eje de Desarrollo Turístico Sostenible .....	7
Gráfico 2. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman el eje de Productos Turísticos .....	11
Gráfico 3. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman el eje de Marketing Turístico .....	15
Gráfico 4. Grado de ejecución de las actuaciones que conforman el eje de Gobernanza y Gestión del Turismo .....	17



Ayuntamiento de  
**Valladolid**  
Turismo, Eventos  
y Marca Ciudad