



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

“El turismo cinematográfico”

Alumno: Eloísa M^a Jimeno Alonso

Enero,2016

ÍNDICE

1. INTRODUCTION.....	3
2. PUESTA EN MARCHA.....	3
3. DEFINICIÓN DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO.....	4
3.1 <u>Que hace que una zona sea idónea para grabar.....</u>	4
4. HISTORIA Y DESARROLLO DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO.....	4,5
4.1 <u>Concesión del turismo cinematográfico.....</u>	5
5. TURISMO CINEMATOGRAFICO UTILIZADO COMO MOTOR DE DESARROLLO ECONOMICO.....	6,7
6. MODELOS DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO.....	7,8
7. ACTIVIDADES RELACIONADAS AL TURISMO.....	8,9
8. ANALISIS OFERTA DEL TURISMO CINEMATROGRAFICO.....	10-14
8.1 <u>Museos, plazas y demás lugares relacionados con el cine.....</u>	10
8.2 <u>Análisis del cliente.....</u>	10,11
8.3 <u>Creación de los diferentes productos y servicios cinematográficos...11-14</u>	
9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO..	14,15
10. PUBLICIDAD.....	15-20
10.1 <u>Otras publicidades.....</u>	20
11. ESTADO DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO EN ESPAÑA.....	20-22
12. EJEMPLOS DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS CINEMATOGRAFICA.	22-30
12.1 <u>Ejemplos en España.....</u>	24-30
13. PROPUESTAS DE DESARROLLO.....	30
14. LIMITACIONES.....	31
15. CONCLUSIÓN.....	31,32
16. BIBLIOGRAFÍA.....	32-34

1. INTRODUCTION

This work is an investigation about the film tourism phenomenon, which is set out like an issue liable to be investigated because of the increase of this phenomenon. Along this text, I will present a clear definition of film tourism, which emerges today within the cultural tourism and the necessary conditions for it.

According to that, I will analyze all the stage of development and the actual condition.

The points to deal with this work are:

- Impact study about this kind of tourism in the cities where it's practiced.
- Characteristics and activities of marketing and promotion that it has been involved.
- Examples illustrative about the film tourism phenomenon in the general world and particularly in Spain, with photos and videos to complete the definition of this activity.

2. PUESTA EN MARCHA

El turismo cinematográfico tiene muchos caminos y cada uno de ellos se está haciendo más importante. Se debe entender muy bien qué es, para poder analizar su desarrollo y sus consecuencias en el sitio donde se produce. Este tipo de turismo, hace años que está puesto en marcha, aunque en los últimos años ha mostrado un enorme crecimiento, que se ha visto aumentado por el desarrollo de las nuevas tecnologías, medios de comunicación, empresas de productoras cinematográficas, así como la promoción, publicidad, aporte económico de las empresas asociadas a este fenómeno. Todos estos factores han hecho un nuevo concepto, mucho más desarrollado de este tipo de turismo. Hacen falta diversos análisis que completen los datos y especificaciones de todas las ramificaciones que están surgiendo en esta nueva tipología e ir actualizándolos, debido a que las tecnologías, estrategias y técnicas están en continuo desarrollo. Uno de los métodos más innovadores para la publicidad y promoción que está creciendo mucho en los últimos años, son las redes sociales, ya que en ellas se puede hacer estadísticas de lo que a la gente le gusta, y llamar la atención de un gran segmento de población mediante publicidad en esas mismas páginas ya sea con vídeos, carteles, etc.

Todas las actividades relacionadas que se obtengan, podrán publicarse en las agencias de viaje u oficinas de turismo de los distintos lugares donde se ha rodado.

3. DEFINICIÓN DE TURISMO CINEMATOGRAFICO

El turismo cinematográfico es una actividad que se desarrolla en una determinada región, seleccionada ya sea por algún recurso natural o cultural u otros factores, en la que se desarrolla la grabación de una película, serie o cualquier actividad que este enlazada con el cine en dicho lugares.

3.1 ¿Qué hace que una ciudad sea idónea para grabar?

1. Ciudades donde estén instalados estudios cinematográficos como el famoso Hollywood
2. Lugares que conozca alguno de los actores, productores, guionistas o directores de la película en cuestión.
3. Lugares que tengan algún recurso que los productores necesiten, o les llame la atención para rodara allí: jardines, parques, plazas, playas y monumentos.

4. HISTORIA Y DESARROLLO DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO

Desde hace unos años, ha aumentado en potencia tanto la oferta como la demanda turística, en consecuencia, muchos lugares se han desarrollado gracias a esto, y beneficiado pues, de dichas actividades relacionadas con el turismo, calificándose estas de indispensables para el crecimiento socioeconómico de las determinadas regiones. Gracias a esto, estas regiones establecen muchas estrategias y políticas económicas relacionadas con la actividad del turismo, para generar beneficio. Con ello, el turismo de una determinada región, está estrechamente relacionado con el desarrollo de dicha región, ya que el turismo genera beneficios y actividades económicas que se implantan en dicho territorio.

Hay que decir que el desarrollo de la demanda, no esta tan desarrollado como el de la oferta, la cual tiene un incremento mayor por parte de empresas y destinos turísticos, lo que quiere decir que existe una mayor competencia al haber más oferta. Para paliar la competencia entre las distintas empresas, se deben de implantar políticas turísticas que promuevan una un destino turístico o una oferta llamativa y variada, que sea optima

para competir en el mercado con políticas competitivas tanto en mercados del propio país, como extranjeros.

Actualmente, adquiere mayor importancia debido a su creciente desarrollo el turismo cultural y como nuevo tipo de turismo, el turismo cinematográfico. El turismo de cine es un potente motor que se está viendo desarrollado a la hora de promocionarlo en un destino para capturar a la demanda.

Todos estos condicionantes y desarrollos de este nuevo tipo de turismo, hacen necesarios el análisis del impacto económico en las determinadas regiones donde se desarrolla, sus consecuencias positivas y negativas en la economía de las determinadas regiones, y actividades relacionadas tales como festivales de cine, poniendo ejemplos tanto de España, como del resto del mundo.

4.1. Concesión del turismo cinematográfico

En los últimos tiempos, el término turista ha experimentado un enorme crecimiento tanto en el número de turistas como en el tipo de turista, cuyo modelo ha evolucionado y que actualmente demanda un turismo mucho más completo con actividades relacionadas y sostenibles, por lo que la oferta debe de estar muy preparada y a la altura de la competencia. Es por ello que deben clasificarse en dos los tipos de turistas dependiendo del motivo por el cual quieran visitar una zona:

Motivación genérica: es un tipo de turismo consistente en visitar un lugar para desconectar de la rutina, con motivos de ocio, descanso y disfrute de actividades y zonas distintas a las del entorno habitual de la persona que viaja. Aquí se encuentran distintos tipos de turismo: de sol y playa, de ciudad, de naturaleza, cultural y rural.

Motivación específica: aquí el turista busca una actividad en concreto, más específica, por ejemplo: ornitología, hacer algún tipo de deporte, turismo gastronómico, visita monumentos, ir a fiestas del cine o festivales, ecoturismo, de naturaleza, de deporte, etc., es decir, aquí se encuentran todos los tipos de turismo más monotemáticos.

También forma parte de la motivación específica y genérica la actividad asociada o secundaria que se implanta en estos tipos de turismo. Por eso es muy importante tener una oferta diversificada, de calidad, y que atraiga cada una a diferentes tipos de turistas.

5. TURISMO CINEMATOGRAFICO UTILIZADO COMO MOTOR DE DESARROLLO ECONOMICO

Todos los tipos de turismo son un importante foco de demanda, por lo que dependiendo de su buen uso, tanto sostenible medioambientalmente como exitoso en un lugar dado, es un importante motor de desarrollo económico en la localidad en la que se realice.

Aquí se exponen algunas propiedades que puede tener una actividad turística y que ayuda a dicho desarrollo:

- Capacidad para desarrollar la economía de un territorio, debido a que con todas las actividades que incluye el turismo, se genera beneficio, demanda, y oferta, lo que conlleva al desarrollo de diferentes empresas de varios sectores, como son: la hostelería, agencias de viajes, restauración, transporte público, comercio, construcciones, actividades relacionadas con el ocio como cines, spa etc.

- Poder de poner en valoración el patrimonio de una zona dada, ya que en muchos lugares cuando se ve un elemento patrimonial, se arregla, se revaloriza y se pone en uso para la actividad turística con actividades complementarias; puede incluso ser nombrado patrimonio de la humanidad, lo que hace que aumente la demanda de manera considerable.

- Valorización de la cultura del lugar, esto se consigue fomentando las costumbres y culturas de una zona dada, la demanda las conoce, se le da más valor y así no se pierden.

- El mercado en el lugar donde se realice, se ve desarrollado positivamente con el aumento de la demanda

- El desarrollo del mercado hace que se creen más puestos de trabajo para abastecer a toda la oferta

- Es muy importante que el turismo que se desarrolle en un determinado lugar, este equilibrado con la población y no la sobrepase, para que así la gente que habita en dicho lugar estén implicados en esta, enseñe sus formas de vida, costumbres, cultura y acepten así las visitas de gente.

- Creación de un turismo sostenible para poder desarrollar la economía de una región, y la población de la misma

-Hay que cuidar muy bien este tipo de turismo y desarrollarlo debidamente, ya que fomenta el turismo cultural y es un muy importante punto en el desarrollo de la economía mundial y que está en pleno crecimiento

-Las pequeñas empresas de las determinadas regiones ejercen un importante rol en este tipo de turismo y actividades relacionadas, y no requiere mucho aporte económico

En resumen, por todas estas propiedades el turismo cinematográfico así como todos los tipos de turismo y derivados de este, son una de las actividades más importantes que existen para implantarlas en una zona.

6. MODELOS DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO

- Se dan muchas ocasiones en las que el lugar donde se rueda la película no sea famoso hasta el momento en el que aparece en la película, por ejemplo el pueblo de Júcar, en Málaga (239 habitantes), que tras pintar sus casas de azul con motivo de promocionar el estreno de la película “los pitufos 2”, se ha hecho famoso. Por otro lado hay zonas que ya eran conocidas y visitadas por turistas, por ejemplo Nueva York.
- Hay personas que ven una película, y al ver el sitio donde se ha rodado, quieren visitarlo, lo que quiere decir que el motivo principal del viaje es ver dicho sitio. Por ejemplo, una persona ve la película “Amelie” y va a París porque le gustó al verlo en pantalla.
- También podemos encontrar gente que visita un destino turístico porque tiene en él incluido una ruta en la que se muestren sitios de rodaje y se visiten y expliquen las distintas escenas e historia. Un buen ejemplo seria Hollywood
- Existen empresas privadas que crean rutas de turismo cinematográfico como pueden ser empresas de medios de transporte o estas mismas asociadas con guías.
- Algunos lugares, ya sea por su apariencia porque tenga algún elemento arquitectónico, por su contenido histórico, la forma de vida, etc. pueden ser importantes para su desarrollo cinematográfico. Por ejemplo, Nueva Zelanda por sus paisajes, es utilizada para rodar numerosas películas de aventuras, fantasía y demás tipos.

- Sitios donde lo que los espectadores ven no es la realidad, pero la gente siente curiosidad por verlos. No es el escenario natural y la gente lo sabe, pero van por ver la realidad, compararla con la ficción y que se hagan preguntas de como, por qué, y de qué manera se ha hecho eso.
- Ciudades donde se han rodado películas de amor son perfectas para atraer a mucha gente que quiere visitar esos lugares y sentir la magia del cine romántico en ellos. Un buen ejemplo sería Italia por la película “vacaciones en roma” o por “perdona si te llamo amor”
- Zonas donde la gente quiere evadirse de la realidad y estar en paz unos días para descansar, estas zonas que se ven en películas como “al final del camino” donde se muestran la ruta del camino de Santiago de Compostela.

7. ACTIVIDADES RELACIONADAS AL TURISMO

En el sitio donde se produce el rodaje:

- Visitas a las casas de los famosos o rutas por las distintas casas o barrios.
Ejemplo, ruta por las casas de Miami, Hollywood, o visitas a algunas casas (hay famosos que establecen guías para que los fans vean su casa)
- Incluyéndolo como una actividad más a realizar en un viaje planeado
- Zonas donde se ha rodado que la gente quiere ver
- Turismo de cine como primera motivación para viajar
- Viajar a lugares que te hagan entrar en otra época por haberse rodado alguna película con carácter de otros años

Actividades realizadas por las empresas.

- Un parque temático construido a raíz de alguna película. Por ejemplo, el parque temático “The Wizarding World of Harry Potter” en Orlando (en honor a la película Harry Potter)
- Guías que se crean por varias ciudades donde se ha rodado
- Itinerarios por sitios donde se ha rodado
- Itinerarios por estudios de cine
- Actividades turísticas realizadas por una entidad privada en la que los clientes pueden tener experiencias relacionadas con la película. Un ejemplo sería la experiencia relacionada con la película “men in black” en Florida, donde la

gente se monta en un trenecito por un raíl y tiene que ir disparando con láser a todos los extraterrestres que van apareciendo. Un ejemplo español sería el “survival zombie” que se realiza por varias ciudades, una experiencia relacionada con películas y series de zombis, donde los clientes entran en la escena de una película en la que tienen que sobrevivir de los zombis.

Confusión de entidades

- Turismo en ciudades o sitios donde la gente piensa que se ha rodado, pero en realidad no. Un ejemplo muy claro lo tenemos en la película “crepúsculo”, es una película creada a raíz de un libro, en ella se desarrolla una historia que sucede en la ciudad de Forks (Washington). En dicha ciudad, hay muchos souvenirs de la película, incluida una excursión donde puedes ver diferentes testimonios, visitas a lugares y personajes caracterizados, todo relacionado con la película.
- Turismo en ciudades donde sí se ha rodado, pero inspirándose de sitios donde no. Esto casi siempre suele ser por problemas económicos al no ponerse de acuerdo la empresa cinematográfica con el pueblo en sí. Siguiendo el ejemplo de antes, las zonas que la gente visita donde se ha rodado Crepúsculo, como por ejemplo Oregón y Vancouver, Canadá.

Eventos

- Festivales de cine. Por ejemplo “la mano, festival de cine fantástico y de terror”, en Madrid
- Estrenos de películas, esto se realiza en muchas ciudades, por ejemplo Madrid, y atrae a muchos turistas no solo por la película sino porque al estreno suelen ir los actores que la han hecho posible.

Acción sin moverte de casa

- Programas en televisión donde se muestran documentales, vidas de personas en un determinado lugar, lista de sitios donde según sus características. Un ejemplo de esto sería el programa español “callejeros”
- Programas de comida en los que se ve la gastronomía de muchos lugares del mundo, o están relacionados con ella. Por ejemplo el programa “Comidas Exóticas con Andrew Zimmern” es un programa estadounidense en el que un chef viaja por todo el mundo mostrando la gastronomía de los diferentes países.

8. ANALISIS OFERTA DEL TURISMO CINEMATROGRÁFICO

8.1 Museos, plazas y demás lugares relacionados con el cine

El turismo cinematográfico surge del turismo cultural. En el turismo cultural se desarrolla este nuevo tipo de turismo creando así nuevos segmentos, en los que es necesario analizar tanto la oferta como la demanda, y ver su comportamiento.

El turismo se ha visto aumentado en todas sus vertientes de manera vertiginosa durante el paso del tiempo, lo que lo hace indispensable como motor de desarrollo económico para muchas regiones. Por lo que es obligatorio actualizar la oferta continuamente para poder proporcionar mejores servicios y productos novedosos, captar segmentos de población, hacer competencia, publicidad, marketing, ganar clientela y lo más importante, hacerlo en relación con la sostenibilidad.

Se debe analizar la búsqueda del producto y/o servicio que busca el cliente, el cual está en continuo cambio y evolución, para ello debemos analizarlo.

8.2 Análisis del cliente

Para poder conseguir una oferta variada lo primero que se debe de hacer es dividir los clientes por segmentos y analizarlos uno a uno.

Debemos analizar el cliente desde el punto de vista del turista cultural, ya que el turismo cinematográfico surge del turismo cultural. Los turistas culturales mayoritariamente tienen unas características muy parecidas (suelen ser jóvenes y mujeres (ambos hacen el 40%), o gente mayor con buena posición económica) como el nivel de estudios que suele ser superior, tienen tendencia a viajar a menudo, se integran con la sociedad a la que visitan y aprenden de su cultura y estilos de vida, utilizan el transporte público, compran en mercados locales, gastan más dinero que un turista típico... todo esto para adaptarse totalmente en esta sociedad y llevarse consigo una experiencia única e inolvidable y sobretodo real.

Normalmente viajan en parejas las cuales organizan el viaje por ellos mismos, por medio de internet, planeando toda la ruta, sitios para comer, zonas donde comprar,

lugares que visitar, hasta horarios de transportes públicos. Todo esto su ele verse influenciado por las recomendaciones de amigos, familiares etc.

En base a esto, se crea un producto a la altura del cliente.

¿Cómo lograrlo?

Haciendo un producto de calidad, autentico, único, exclusivo, sostenible, novedoso, con calidad. Hay que tener en cuenta que tiene que haber un buen plan de marketing que llame la atención al cliente, a la gente que viva en la propia ciudad donde se desarrolla y que compita en el mercado, bien construido e interpretado, con planes novedosos.

Para analizar un producto cultural, debemos fijarnos en varios conceptos, que clasificados, serían:

- Los componentes base que tienen que darse en una zona para que sea un posible motor de desarrollo de turismo. Es decir, los elementos ya sean, por zonas construidas, por la situación geográfica, el grado de importancia del sector terciario, por un hecho que haya ocurrido, o la naturaleza del entorno de un lugar, etc. Con virtud de ser aprovechado como destino turístico.
- Las actividades que surgen para complementar las mencionadas anteriormente, en relación al precio, puntos de información, marketing, promoción, etc.

El punto principal a tener en cuenta actualmente como motor de desarrollo económico, es la calidad, y con ello, la manera de gestionar el servicio o producto, que luche con la competencia y se sostenga en el mercado actual. El cliente de estos servicio, ha evolucionado mucho hasta estar diferenciados, ser más activos que busca un producto de calidad.

8.3 Creación de los diferentes productos y servicios cinematográficos

Los productos turísticos creados en la actualidad son actividades complementarias que crean las empresas del sector turístico para complementar o sustituir productos antiguos o desfasados, lo cual es muy importante para el desarrollo de dichas empresas, teniendo en cuenta la cantidad de competencia que existe. Esta producción y llevarla a cabo forman el mayor reto para las empresas dedicadas a este sector. Tiene un riesgo alto, dado que puede ser que el producto que se haya creado no tenga buena acogida en el mercado, y en dicho caso, las pérdidas pueden ser de millones. Pero aún así hay que intentarlo, porque si no se intenta, la empresa caerá sin beneficios dado que sus

productos quedarán obsoletos para los consumidores, que los sustituirán por otros más nuevos. Esta copiosidad de creación y competencia, ha hecho que los países y regiones de todo el mundo hayan hecho turismo cinematográfico para poder así tener una cartera de actividades de todo tipo de turismo. Estos sitios son por ejemplo: España en su totalidad, destacando comunidades como Madrid, Andalucía, Barcelona, etc. Australia, Japón, Reino Unido, Brasil, Bruselas, Nueva Zelanda, Nueva York, París, Italia... Las películas enseñan al espectador directa o indirectamente, la cultura, gastronomía, historia, formas de ser de la gente, la economía, etc. Del sitio donde se está rodando. Además de la forma de vida de las personas que habitan en dicho lugar, con sus hábitos de consumo y recursos territoriales. Además también muestran planos de los paisajes, ciudades, monumentos, sitios famosos, rincones ocultos pero maravillosos que incita a la gente a querer visitarlos. Por lo que los lugares se presentan como procreadores de argumentos, lo que hace que se muestren sus capacidades de desarrollo turístico. Todas las regiones muestran sus capacidades de idear y crear, relacionándolo con su cultura y orígenes, por lo que se obtienen productos únicos e inimitables en otros lugares. Esto es lo que se conoce como diferenciación y adaptación al nuevo sector turístico. Se crean así, una serie de estrategias de marketing destinadas a crear productos de esta rama de turismo, que se meten dentro de:

- Mapas de películas: indican los sitios donde se han rodado películas y series que han sido famosas y potenciadoras como elemento de promoción en esos destinos, los principales son Reino Unido y Estados Unidos, los cuales tienen copias, y modelos tanto en internet como en vivo para que los hagan los propios clientes. Estos mapas se han hecho para conseguir un marketing eficiente. Los primeros en hacer este tipo de campaña fueron VisitBritain en el 1996 mostrando en mapa de 200 rodajes y series en los 60 años de la historia del cine de Gran Bretaña; este hecho hizo que aumentara en gran medida la demanda de gente que quería explorar toda la historia de cine de Gran Bretaña.
- Guías de viaje: en la categoría anterior, los movie maps son financiados públicamente, en cambio, las guías de viaje son realizadas mediante empresas privadas. Han tenido mucho éxito entre la demanda. Se han reversionado y renovado guías a lo largo de los años.
- Tours: las agencias de viaje y touroperadores ofrecen servicios de tour por los sitios donde se han rodado películas o lugares donde están basadas algunas películas o series. Un buen ejemplo de esto es “memorias de una geisha” la cual

mayoritariamente se ha rodado en California, pero existen tours de la película en Kyoto. Otros ejemplos son “la ruta del samurái”, “friends”, “sexo en Nueva York”, en este último caso, el número de visitas ha aumentado, sobre todo por mujeres extranjeras. Este tipo de turismo ha aumentado tanto que se puede comparar perfectamente con el turismo religioso de peregrinaje, un buen ejemplo de este turismo sería un paquete que incluya, recoger al cliente en coche de lujo o limusina, sesiones de belleza, visitas a tiendas, restaurantes, y lugares que visitaron los protagonistas.

- Platós, estudios cinematográficos y parques temáticos: las empresas más importantes de entretenimiento han aportado ayuda monetaria al turismo cinematográfico. Universal Studios y Dinsney World-MGM han creado atracciones para los parques temáticos de Orlando y Florida incluyendo escenas reales de las películas: E.T., King Kong, Star Wars e Indiana Jones. Universal Studios posee tres parques temáticos: Universal Studios Hollywood, Universal Orlando Resort y Universal Studios Japón. Disney World-MGM proporciona una variedad de atracciones relacionadas con el cine, como son: The American Film Institute Showcase, The Great Movie Ride, The Magic of Disney Animation, Toy Story Pizza Planet, Indiana Jones Epic Stunt Spectacular. Existen también recreaciones de escenas fantásticas como La Bella y La Bestia (1991), El rey león (1994) y El jorobado de Notre Dame (1996). En Australia, está el parque Warner Bros Movie World y, en Madrid, el Parque Warner con cinco grandes áreas temáticas: Hollywood Boulevard, Warner Bros. Studios, DC Superhéroes World, Old West Territory y Cartoon Village. En el Desierto de Tabernas (Almería) se sitúa el Parque Temático Mini Hollywood (creado en los años 60) y, la Ciudad de la Luz en Alicante, es en su totalidad un parque temático de cine. En España, la compañía Paramount tiene un proyecto para crear un parque temático en Alhama (Murcia) denominado Paramount Park el cual deberá estar terminado en mayo de 2016. Este proyecto ofrece escenas de producciones cinematográficas como Misión Imposible 4 (2011), Rango (2011), Titanic (1997), entre otras. Se estima que aumente la demanda para estas experiencias turísticas para toda la. Este tipo de atracciones ofrecen una gran variedad de actividades como dar una vuelta por una película, r incluso participar en una.

- Eventos: actualmente pueden hacerse eventos de una gran diversidad de temas y ramas diferentes, por ejemplo: eventos de música, cine, teatro, fiestas, ferias, congresos, etc. Estos son un atractivo turístico para varios sectores de la demanda, pero aparte de este hecho, también son un importante foco de trabajo y desarrollo de la economía. Por ejemplo, el IFEJA (situada en Jaén), es una empresa de carácter público y privado, que gestiona el recinto ferial construido para ferias y congresos y que está formado por la Diputación Provincial de Jaén, Cámara de Comercio de Jaén y los Ayuntamientos de Jaén, Linares, Úbeda, Alcalá la Real, Andújar y Martos. Su estructura consta de:
 - 1 Pabellón cubierto: Superficie de 10.800 m²
 - - 1 Pabellón exterior cubierto: Superficie de 7.200 m²
 - - 1 Pabellón exterior descubierto: Superficie de 5.100 m²
 - - Palacio de Congresos o edificio de usos múltiples
 - - Edificio Activa Jaén, con 3.600 m² de superficie, distribuido en dos niveles.

Es una oferta competitiva y complementaria, que a veces es el motivo principal por el cual el cliente se desplaza hasta allí.

Museos, plazas y demás lugares relacionados con el cine deben su reconocimiento a muchas producciones cinematográficas que las han utilizado para sus rodajes

El parlamento británico

El museo del Louvre

El coliseo Romano

Las pirámides de Egipto

La torre Eiffel

Las torres gemelas

La plaza de España (Sevilla)

La Alhambra (Granada)

El Empire State

La Sagrada familia (Barcelona)

La torre de Pisa (Italia)

Opera de Viena

Muralla china

Time Square (Nueva York)

9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El turismo activo se entiende como un tipo de turismo en el que cobran más importancia la acción que se realiza, que el lugar en sí donde se desarrolla. La previsión del turismo y patrimonio cultural de España, el turismo cinematográfico ha cobrado auge en los medios de comunicación en los últimos años, tras el incremento de Nueva Zelanda del turismo en un 30% por el rodaje de la trilogía cinematográfica “el señor de los anillos” , entre los años 2001 y 2003. La promoción del turismo relacionada con el cine engloba tanto los viajes motivados por una película, como la promoción de los destinos a través del cine. Las cifras más estadísticas son, por ciudades o países: París tiene un impacto del turismo de cine del 60% y Reino Unido entre el 10 y el 30%.

Las películas que han generado un mayor impacto son, entre otras, Harry Potter (genera turismo en Inglaterra), El señor de los anillos (genera turismo en Nueva Zelanda), el código Da Vinci (ha incrementado turismo en zonas como Florencia y Roma)

10. PUBLICIDAD

La publicidad y la promoción son los aspectos más importantes a la hora de llamar la atención del turista para darse a conocer, acompañado por un buen paquete de productos y estrategia de marketing. Existe una gran variedad de publicidad y promoción, todo depende de la imaginación del empresario para crear estas llamadas al público. Por supuesto, la publicidad ha ido avanzando y desarrollándose con el paso de los años mediante estrategias que se han adaptado a la tecnología, medios de comunicación, redes sociales, internet, etc. Y han variado desde un simple cartel hasta hologramas con el anuncio que sea. Hay muchos países y regiones que utilizan el turismo cinematográfico para promocionar su tierra, aprovechando que está en auge y teniendo buenos resultados en la demanda turística. Por lo que, lo que empieza siendo por rodar en una zona que le guste al director, o que haya ocurrido algo, en definitiva, por alguna razón específica, ya no es el único motivo para rodar en una zona, sino que se puede rodar en un determinado lugar porque tenga una publicidad de calidad y llame la atención por eso.

La clave es atraer al cliente relacionándolo con sitios conocidos por las películas. Los países donde se han rodado películas, aprovechan este hecho para demandar clientes.

Actualmente es muy normal que los gobiernos hagan publicidad y marketing diseñadas a raíz de películas.

Las zonas turísticas que promocionan y hacen estrategias de marketing aprovechando el turismo cinematográfico obtienen grandes beneficios comparándolas con estrategias más clásicas. En el año 2013, 46 millones de turistas eligieron viajar a unos determinados sitios por haber aparecido en una película y haber así llamado la atención a este. Los focos más importantes que están surgiendo actualmente de este nuevo tipo de promoción son: Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica

¿Cómo hacer una buena promoción? Algunos ejemplos son:

- Hacer publicidad mediante el estreno de la película, redes sociales, ruedas de prensa, fiestas de inauguración, anuncios, carteles, folletos, páginas de internet, entrevistas, etc.
- Subvenciones directamente a la productora de películas, disminución de los impuestos, ayuda a las infraestructuras y producción
- Atracción de una localización para que se filmen rodajes
- Film comissions
- Rutas turísticas cinematográficas
- Ayuda en las oficinas de turismo

Algunos ejemplos son los siguientes:

- En el periódico ABC viajar, promocionan 10 lugares de España “perfectos para rodar” y ponen ejemplos de qué pueden rodar en cada uno. He aquí los 10 ejemplos que se muestran:

1.



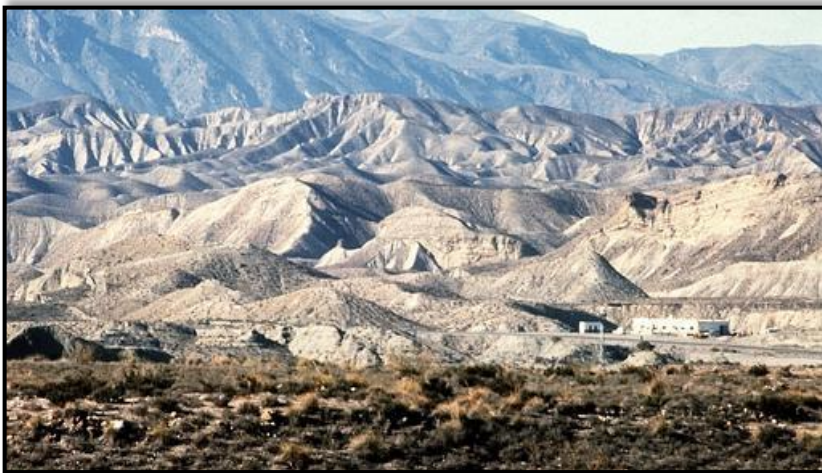
Hospital de Basurto,
Bilbao: una de zombis

2.



Cementerio de Luarca, Asturias: de vampiros, pero romántica

3.



Desierto de Tabernas, Almería: de extraterrestres

4.



Casas Indianas en Asturias: secuela de Psicosis

5.



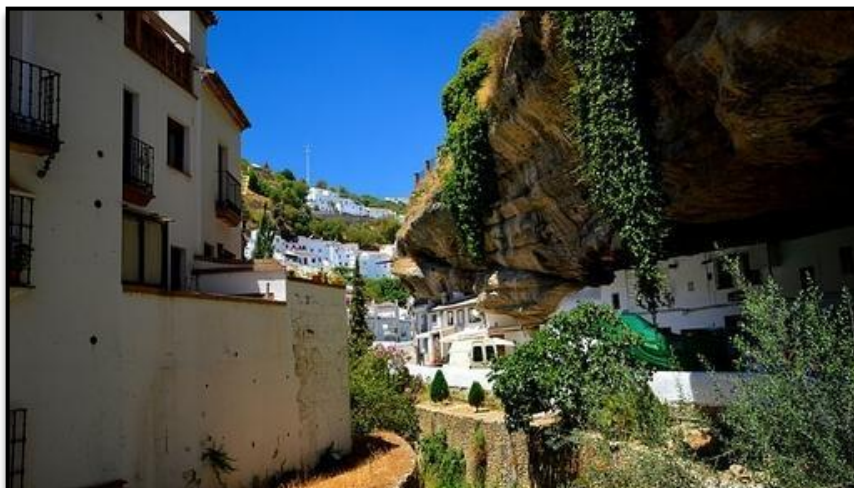
Fragas do Eume, A
Coruña: Meigas
haberlas, haylas

6.



Barrio Gótico,
Barcelona:
huyendo de Jack
el destripador

7.



Setenil, Cádiz:
peli apocalíptica

8.



La Mussara,
Tarragona: puerta a
otra dimensión

9.



Faro de
Trafalgar, Cádiz:
suspense del fino

10.



Pedrafita do
Cebreiro, Lugo:
asesino en serie

- SPAIN FILM COMMISSION

Spain Film Commission (SFC) es una asociación sin ánimo de lucro constituida por una extensa red de Film Commissions / Film Offices a lo largo del territorio español. Es

miembro fundador de la European Film Commission Network (EUFCN) y trabaja en colaboración con instituciones españolas audiovisuales, comerciales y turísticas.

SFC facilita a los productores la gestión de rodajes de todo tipo de obras audiovisuales en coordinación con la red de oficinas.

Además, asesora en la financiación, localizaciones, gestiones administrativas y servicios de todo tipo.

El objetivo principal es: Atracción de productores al territorio español para que utilicen sus localizaciones como lugar de rodaje, para generar tanto beneficio económico como turístico.

Oficinas de turismo. Son muy importantes a la hora de hacer publicidad de un destino turístico, todo el mundo que viaja, al visitar un destino, consulta información y actividades para realizar y sitios que visitar en una agencia de viajes. Esta por lo tanto, tiene que informar sobre todo lo que se puede hacer en dicho lugar, así como paquetes turísticos o actividades relacionadas con el cine. Un buen ejemplo es el instituto de turismo de España, el cual utilizó estrategias para publicitar a España como destino en la India con la película “solo se vive una vez”

10.1 Otras publicidades

Existen empresas tanto públicas como privadas, que utilizan algún elemento de una película, ya sea con motivo de ser famosa, como por estar estrenándose en el lugar donde se hace esta publicidad, para promocionar algún otro servicio que no tenga nada que ver. Un buen ejemplo sería el anuncio del ayuntamiento de Linares, que se ha emitido en canal sur estas navidades.

En el anuncio aparecen personajes de la guerra de las galaxias, que pasean por el centro comercial de Linares. Son personajes de la película “el despertar de la fuerza” que se acababa de estrenar y los utilizan aprovechando el estreno, para promocionar y dar publicidad al centro comercial de Linares.

Aquí podemos ver el vídeo de promoción con el título “la navidad contraataca”:

<https://www.youtube.com/watch?v=zUnNk8uyGCY>

11. ESTADO DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO EN ESPAÑA

Tenemos una herramienta muy buena para promocionar, nuestro país, con todos los tipos de climas existentes, lo que hace que haya una enorme variedad de paisajes donde poder rodar cualquier tipo de película. Dada la diversidad de culturas que lo han habitado, tenemos también un gran número de monumentos, de diferentes estilos e incluso mezclados, zonas modernas, tecnología, e historia.

Las ciudades españolas más significativas, tienen como una de las principales actividades, la explotación turística. Es en la actualidad cuando el sector del turismo está en pleno auge y aprovechándose para captar clientes, con todo y con eso, en nuestro país se han rodado películas muy importantes e internacionales. Los tiempos cambian y las film commissions y demás actividades cinematográficas son los que están aumentando los proyectos y la oferta y demanda de este sector.

Estudios señalan que el beneficio que se puede obtener el turismo de rodar una película, está situado entre un 30 % y un 40%. Es más, la actividad en si es más largo que las campañas de publicidad, ya que dura ente 4 y 5 años. Hay algunos ejemplos de turismo cinematográfico en España los cuales han generado muchos beneficios, como puede ser Almería con su “mini Hollywood”. España todavía tiene mucho que evolucionar en cuanto a actividades turísticas relacionadas con el cine, pero la actividad cinematográfica en sí, está muy avanzada y cada vez mejor.

Hay muchas ocasiones en las que se ha rodado en España pero no se ha promocionado bien, tenemos un buen ejemplo en la película “los otros”, la cual se rodo en Cantabria, más concretamente en el palacio de los hornillos de las fraguas. En la película están en una isla británica, por lo que no hizo falta promocionar la zona y fue un desperdicio.

Otro ejemplo bien podría ser Castilla la Mancha, la cual podría promocionar mucho más su tierra, y más teniendo de allí a un director mundialmente conocido, como es Pedro Almodóvar, que rodó allí la película “volver”. La película “mar adentro”, rodada en Galicia y ganadora de un Oscar, tampoco fue aprovechada la tierra para la promoción de la misma.

En cuanto a rodajes, España tiene una gran cultura cinematográfica, algunos de los muchos ejemplos son:

Soria, con la película “Doctor Zhivago”, o también “campanadas a media noche” (en Calatañazor), además también se han rodado batallas en las murallas de Ávila, la cuál es patrimonio de la humanidad por la UNESCO.

Cuenca también ha sido una ciudad de rodaje con “El Cid”, un caballero medieval español.

En Huesca, vimos el rodaje de “El reino de los cielos”

En Almería hemos visto películas en el desierto de tabernas como: “Por un puñado de dólares”, “la muerte tenía un precio”, “el bueno, el feo y el malo” o “Exodus” (esta última también en Fuerteventura”

En la plaza de España (Sevilla) se ha rodado parte de la película “Star Wars, el ataque de los clones”

En el Cabo de Gata se ha rodado parte de “Indiana Jones y la última cruzada”

En Bilbao, “James Bond, el mundo nunca es suficiente”

En Cádiz, “James Bond, muere otro día”

En Barcelona, “El perfume”, “Vicky Cristina Barcelona”, “todo sobre mi madre”, “En construcción”, “la ciudad”, o “El reportero”

En Madrid, “The tourist”, “The Bourne Ultimátum”,

En Baeza (Jaén), “El capitán Alatriste”, esta ciudad es también patrimonio de la humanidad

En Linares (Jaén), “Manolete” , debido al famoso torero que murió en esa ciudad.

12. EJEMPLOS DE ACTIVIDADES TURISTICAS CINEMATOGRAFICAS

Hemos comentado algunas anteriormente, como la ruta turística de sexo en Nueva York, la aventura de disparar a alienígenas en la atracción de “man in black”, el parque temático de “Hogwarts”, el parque temático “Warner”, la actividad interactiva de “los juegos del hambre”, o el mundo de los zombis, entre otros. Pero hay muchas actividades creadas por las empresas de todo el mundo, que buscan proporcionar ocio a todos los segmentos de la población, relacionado con películas famosas o rodadas en esa zona, como pueden ser:

-Uno de los parques temáticos más importantes del mundo (sino el que más)

Disneyworld, un conjunto de parques introducidos en un recinto enorme donde las familias pueden ver varias zonas con diferentes temas de películas de Disney, meterse dentro de una película mediante atracciones con efectos especiales, ver cómo actúan en una escena, por ejemplo un tiroteo de vaqueros, montarse en atracciones basadas en

películas (la casa del terror, montaña rusa de Indiana Jones) o incluso dormir en un hotel temático, dentro del mismo parque.

- Ruta en Nueva Zelanda por todas las zonas de rodaje de “el Hobbit” y “el señor de los anillos”

- A parte del parque temático de Hogwarts, también existe en Polonia una escuela de hechicería relacionada con esta película, donde los jóvenes pueden matricularse, dar clase, y vivir como en la película. También hay otro en Escocia.

- En China, se ha convertido en un auténtico boom de visitas de turistas con pasión por el cine, al Parque Forestal Nacional de “Zhangjiajie”, está situado en la provincia de Hunan, y consiste en un sistema montañoso con forma de columnas, que hemos podido descubrir gracias a la película “avatar” en la cual este parque aparece como las “cumbes flotantes”. Este parque posee 4800 hectáreas. Es el primer parque nacional forestal en China desde 1982 y forma parte del patrimonio de la humanidad por la UNESCO desde 1992. Aquí se reúnen miles de visitantes al año. Tienen diferentes tipos de visita, con una oferta distinta cada una, varía de 3 a 7 días y de 40 US\$ hasta 50US\$. Se puede ir por el parque bien el teleférico o ascensor.

- En Belfast, Irlanda, fue construido el famoso buque “titanic” que se ha conocido mucho más, gracias a la famosa película que le hace honor. Por este motivo, se ha construido un parque temático del “buque de los sueños” el cual puedes visitar las oficinas de los dibujantes y diseñadores, o subir al buque SS Nomadic, el último que queda de White Star Line. Este sitio abrió en 2012, ha tenido más de 1,000.000 de visitas desde su apertura. Hay también una atracción de grúa llamada “subacuático del Titanic”, a los visitantes amantes de este barco y su historia se les llama “Titanoracks”.

- En relación a esta última actividad del Titanic, existe también una empresa inglesa que hace expediciones con lo más fanáticos al verdadero buque, en el atlántico norte, a 3.600 metros de profundidad, para poder ver el verdadero buque de los sueños en vivo y en directo, estas excursiones se llevan realizando desde 1998 con su jefe de expedición Rob McCallum. Las inversiones duran entre 10 y 12 horas y el viaje 12 días con unos 20 pasajeros, y cuesta una friolera de 59000 \$ por persona, hay personas que ahorran durante muchos años para poder viajar y ver 1,2 kilómetros de este maravilloso barco e inspeccionarlo de proa a popa.

- La ruta “braveheart” en Edimburgo, te muestra las zonas más importantes de la película protagonizada por Mel Gibson, ofrece además una ruta por Edimburgo, y muestra cómo

moverse por la zona, lugares que visitar, sitios para comer etc. Un verdadero itinerario turístico completo aprovechando el tirón de la película.

-En Irlanda del norte, hay un itinerario para visitar los lugares donde se ha rodado la famosa serie “juego de tronos”, la cual se ha rodado en varios lugares de España, pero también aquí. En esta ruta, no solo podrás ver los lugares donde se ha rodado la serie, sino que también puedes hacer actividades relacionadas como: hacer un arco y aprender a utilizarlo, navegar por las aguas donde navegaban los actores, seguir los pasos de los mismos, aprender a utilizar una espada y contemplar el maravilloso decorado, incluyendo por supuesto al famoso trono de hierro.

-También está la conocida ruta de “el código Da Vinci”, en la cual podrás visitar los lugares más emblemáticos de la ciudad, acompañados de restaurantes, sitios de interés en los que se incluyen también museos como “el Louvre”

-En la famosa isla de “Punta Cana”, tenemos una actividad turística perfecta para los más jóvenes, relacionada con la taquillera película “piratas del Caribe”. Pueden visitar el recinto familias, aunque está hecho más específicamente para los niños. Consiste en un recinto pirata con un conjunto de elementos y actividades a realizar como son: montase en el barco “Hispañola”, el cual es una réplica del siglo 16, piratas y otros animadores disfrazados durante todo el viaje y actividades, teatros, danzas, peleas de piratas en el barco en las que se puede intervenir, viajar hasta un arrecife y bucear para ver las maravillas que hay en él, después se incluye una merienda y nadar en una pluma de mar con el agua hasta la cintura, con tiburones y rayas interactuando con ellos, con detalles además, curiosos para aprender sobre el mundo marino.

-En Méjico, hay una página de internet dedicada especialmente y en su totalidad, a actividades turísticas cinematográficas, desde museos, exposiciones, centro de documentación, talleres, filmoteca, proyección de películas restauradas, biblioteca, cine virtual, colección de objetos de cine antiguos, concursos, taller de restauración, laboratorio cinematográfico y visual, salas de cine por supuesto, y un sinfín de actividades que todo aficionado al cine debe realizar.

12.1 Ejemplos en España

Últimamente está habiendo muchas actividades de turismo cinematográfico, y aunque aún se pueda hacer mucha más publicidad, en cuanto a actividades, hay variedad y se están desarrollando muy bien, aquí expongo algunos ejemplos de actividades turísticas:

-Ruta de “ocho apellidos vascos”. Ofrece una ruta por los lugares donde se rodó la película, para que el espectador conecte con la naturaleza y se sintonice con el lugar, podrán ver elementos de rodaje y escenarios de la película, aparte del maravilloso paisaje natural del norte. Esta ruta se hace por pueblos del País Vasco y Navarra como Leizta (Navarra), Getaria (Guipúzcoa), Zumaia (Guipúzcoa), Zarautz (Guipúzcoa), Mondragón (Guipúzcoa) y Costa vasca.

-Existe una empresa que se mueve por toda España y que acoge a gente en sus recintos, y ofrece diversas actividades, se denomina “salón del manga”, principalmente este recinto es para gente aficionada al manga, que es un tipo de dibujos y comics japoneses, pero en estos sitios también va gente que le guste cualquier tipo de serie, juego o cine, por lo que hay muchos elementos de cine. En estos recintos, se venden cosas relacionadas con los juegos, series, películas, etc. También se muestran juegos para interactuar, concursos de disfraces, karaokes, torneos, concursos de disfraces, invitados especiales que hablan de su trabajo, todo relacionado siempre, masterclasses, regalos, debates, y un largo etc.

-Una de las películas más importantes y famosas de este año es Star Wars, y si bien hay miles de actividades de esta película por todo el mundo, España no podía ser menos, en Barcelona y Madrid tenemos una exposición interactiva aprovechando el estreno de esta última película estrenada, donde los fanáticos de esta sala pueden ver elementos y piezas en una enorme exposición y además con varias actividades relacionadas con ella, como montarte en una “moto flotante” la cual aparece en la película “La guerra de las galaxias el retorno del jedi”. Para facilitar la visita, se pueden comprar las entradas por internet

-En Barcelona se ofrece una gran diversidad de actividades relacionadas con el cine, las cuales puedes comprar tu entrada por internet para hacerlo más cómodo, como son: Una exposición de “James Bond”, un salón con datos curiosos sobre la película e imágenes de todos los que han interpretado.

Exposición “Catalunya Film Office” muestra una galería de imágenes e información acerca de la visión que tienen profesionales del cine y que trabajan a diario para seguir descubriendo esta comunidad con su cultura, su paisaje, naturaleza, etc.

Exposición de “Indiana Jones” con los objetos más conocidos de la película, como son: el sombrero, el cáliz, y demás elementos de esta famosa saga.

Proyección de la película “La lucha de Ana” una película que trata de una madre soltera que trabaja vendiendo flores para poder alimentar y criar a su hijo de 15 años.

Conferencia: Música y cine de la mano de la OSV, la OVS es la “ Orquestra Simfònica del Vallès” la cuál expone una conferencia acerca de la música y el cine incluyendo detalles y forma de trabajar de los compositores.

Conferencia: De Twin Peaks a Fargo, charla sobre la evolución del cine y la televisión en los últimos 25 años

Más interactuado, una muestra con gafas de realidad virtual, de un escenario de película con efectos que no dejan impasible a nadie.

Concurso de Cosplay de cine, cada año es de un tema, pero este, trata de películas de terror, ciencia ficción y televisión, con un premio de 500 euros, se puede participar en solitario o en grupo

Conferencia de ciencia ficción desarrollada por Sabrina Rodríguez, hablando de los años 50, 60 y 70, efectos especiales, la evolución de Star Wars a lo largo de los años, así como los trabajos mejores hechos de todos los años que han marcado un hito en la historia del cine.

Concurso de carteles de cine

Conferencias: Toni de la Torre (JJ Abrams y GoT), Toni es un crítico de series que analiza algunas famosas así como películas como La Guerra de las Galaxias.

En Madrid también tenemos un conjunto de actividades tanto de apasionados por el cine y curiosos que quieran investigar y participar en ellas, como que aspirantes a productores o directores de películas a los que se les apoya a promocionar sus largometrajes. Tenemos entres otras actividades:

Ayudas a la producción de largometrajes, ayuda a la producción cinematográfica, ayuda a municipios para actividades de teatro, música, danza y cine, talleres de crítica de dirección y de producción, encuentros de cine con productores guionistas, cine y documentales proyectados gratuitamente, etc.

También en Madrid, tenemos la exposición del Titanic, una exposición que viaja por varios países del mundo, y España está entre ellos. Una galería de 200 objetos que viajaban en el barco, muchos de ellos inéditos. Esta situado estratégicamente cerca de el Triángulo del Arte (museo) y el Platea Madrid, este último una oferta gastronómica.

Ruta turística por las localidades donde se ha rodado “juego de tronos”, incluyendo las zonas: Navarra, Guadalajara, Sevilla, Almería, Peñíscola, Girona, Córdoba y Osuna.

En Andalucía tenemos un amplio abanico de actividades relacionadas con el cine, como son:

Gran ruta del cine por varias localidades donde se han rodado las películas: “la Isla mínima”, “Entre lobos”, “El corazón de la tierra”, “Alatriste”, y la famosa película de Antonio Banderas “El camino de los ingleses”. Esta ruta viene de la mano de la consejería de turismo, comercio y deporte de Andalucía film commissions. También hay una página en internet para los más curiosos, que incluye información y un buscador con todas las películas que se han rodado (que no son pocas) y su localización en google maps, así como buscadores de todos los actores y directores andaluces, en los que, si seleccionas uno, te dice la película que ha dirigido o en la que ha actuado, con su correspondiente sinopsis. Ofrece además una búsqueda con todas las ciudades andaluzas donde se ha rodado alguna película, en la que si pulsas, aparecen todas las películas con sinopsis y por año, que se han rodado en el sitio seleccionado. Por ejemplo, en la ciudad de Jaén se han rodado dos películas: “Fuga sin fin” año 1972, y “Las cosas del querer” año 1989.

No podemos olvidar mencionar el parque temático “Oasys Mini Hollywood” situado en el desierto de tabernas. Este parque, tiene un precio asequible para cualquier bolsillo, y ofrece varias actividades que lo hacen inolvidable, tiene muy buena puntuación por el público y se han rodado varias películas allí. Puedes pasear por la ciudad inspirada en las ciudades de vaqueros, tiene tiendas de souvenir, una piscina, un zoológico, espectáculos de vaqueros y cabaret, restaurante con buffet, posibilidad de llevarse la comida de casa para los más ahorradores, un museo de cine con máquinas antiguas de rodaje y otros elementos del cine, así como la posibilidad de pasear por la mini ciudad en caballo. Ofrece, aprovechando la visita, varias ofertas de rutas por Almería como: visita a la Alcazaba, a la catedral, al paseo de Almería y al centro. En la página de internet de este parque, puedes puntuar tu visita y comentar, lo cual se convierte en reclamo para clientes cuando ven que la puntuación general es buena y les anima a visitarlo.

Estos son solo algunos de los muchísimos ejemplos que existen hoy en día tanto en el mundo como en España de actividades cinematográficas que van desde museos o rutas por zonas de rodaje, hasta actividades en las que el cliente puede meterse en la piel del actor y vivir la película en primera persona.

Hay un gran listado de empresas españolas que se dedican a Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical. Y estas son:

Empresa	Población	Provincia
Afers Audiovisuals Sl	BARCELONA	BARCELONA
Artificialia Imagen Digital Sociedad Limitada	BURJASSOT	VALENCIA
Asdpic Comunicacio I Entreteniment Sl	MASNOU (EL)	BARCELONA
Canal 52 Sociedad Limitada	ZARAGOZA	ZARAGOZA
Cartavision Sl	CARTAYA	HUELVA
Cynara Producciones Sociedad De Responsabilidad Limitada	ALCALA DE GUADAIRA	SEVILLA
Datana Producciones Sl	GRANADILLA DE ABONA	SANTA CRUZ DE TENERIFE
Diseño Integrado De Publicidad Y Televisión Sl	MADRID	MADRID
Docunet Audiovisual Sl	BARCELONA	BARCELONA
El Tio Caracoles Production Company Sociedad Limitada	LORCA	MURCIA
Elixir Films Sl	DONOSTIA-SAN SEBASTIAN	GUIPUZCOA
Foodrow Sl	PINTO	MADRID
Forever Movies Sl	SANT JUST DESVERN	BARCELONA
Gestión De Producciones Artísticas Y Eventos Sociedad Limitada	TOMARES	SEVILLA

Empresa	Población	Provincia
Global Events Tourism Sl	HUELVA	HUELVA
Global Profilms Productions Sl	MADRID	MADRID
Grel Audiovisuales Sl	MALAGA	MALAGA
Hd Tecno 101 Sl	ESPLUGUES DE LLOBREGAT	BARCELONA
Hispalis Media Sl	SEVILLA	SEVILLA
Los Pedroches A Mano Sl	VILLANUEVA DE CORDOBA	CORDOBA
Magrana Creativitat Digital Sl	CALLOSA D'EN SARRIA	ALICANTE
Maracana Films Sl	PAMPLONA/IRUÑA	NAVARRA
Multicines Atlantida Lanzarote Sociedad Limitada	ARRECIFE	LAS PALMAS
Nube Nueve Sl	MADRID	MADRID
Nuestroflamenco Sl	MADRID	MADRID
Empresa	Población	Provincia
Openfield Business Sl	MADRID	MADRID
Poniente Formación E Innovacion Sociedad Limitada	LOJA	GRANADA
Producciones 13 Atunes Sl	CABRERA DE MAR	BARCELONA
Producciones Audiovisuales Capicua Sl	MADRID	MADRID
Producciones La Casa De Las Maquinas Sll	MALAGA	MALAGA
Producciones La Gatzara Sl	BARCELONA	BARCELONA

Empresa	Población	Provincia
Servicios De Sonorizacion Audio Art Sl	BAGA	BARCELONA
Sil Producciones Sl	MADRID	MADRID
Sinkservices Sl	MADRID	MADRID
Teleplascencia Tv Sl	PLASENCIA	CACERES
Vicpe Gestion Sociedad Limitada	GETXO	VIZCAYA
Vivolibre Films Sl	OLEIROS	LA CORUÑA
Yalotengo Films Sociedad Limitada	OLIVARES	SEVILLA

13. PROPUESTA DE DESARROLLO

En este apartado, voy a hacer una propuesta de desarrollo del turismo cinematográfico en España con la creación de un producto turístico “España y acción”, que busque promocionar nuestro país como destino locativo de producciones cinematográficas a nivel mundial; a través de viajes de familiarización cuyo objetivo sea promocionar y exhibir las localidades que consideramos potenciales para la producción de películas, se pretende a su vez, estimular el desarrollo de la actividad turística cinematográfica en España, así como una mejora de la calidad de nuestra imagen al público exterior.

Para ello, necesitaremos un mercado objetivo, el cual serán productoras a nivel nacional e internacional cuyas producciones cinematográficas requieran de ciudades ricas en cultura, paisajes naturales y urbanos, y diversidad y calidez humana.

Los objetivos son:

- Promocionar a España como el destino cinematográfico principal de Europa.
- Estimular el turismo doméstico y receptivo en el país.
- Incentivar la industria cinematográfica como medio de difusión de la cultura y el arte Español.

14. LIMITACIONES

He encontrado algunas limitaciones a la hora de realizar este trabajo. Ha habido varios libros que no he podido conseguir, ya sea porque no estaban en internet, ni en las librerías, e incluso porque eran de otras facultades y por falta de tiempo no he podido pedirlos. También en cuanto al idioma, ya que había noticias, folletos, libros, videos etc. Que estaban en otros idiomas.

También denoto una falta de información acerca de la promoción, publicidad, marketing y demanda y oferta de España en lo referente al turismo cinematográfico así como de actividades relacionadas con él, y lugares de España donde se ha rodado, no hay una página clara de información de en qué lugares se ha rodado o de todas las actividades que se pueden hacer de todo el país. En Andalucía es la única comunidad que tiene un buscador con todas las películas que se han rodado allí, con su localización, aunque carece también de información acerca de las actividades relacionadas, las cuales he tenido que buscar una a una pensando en las películas más famosas en nuestro país y en el mundo. En cambio hay páginas de internet de otros países totalmente completas con información de turismo cinematográfico, así como todas las actividades que se puede realizar, teléfonos de contacto y hasta correos, y ya no solo de turismo cinematográfico, sino de todos los tipos de turismo, mapas, precios de entrada a los sitios, medios de transporte, saber moverse en el país, historia, cultura, gastronomía, etc.

15. CONCLUSIÓN

Estamos en un mundo que va cambiando y actualizándose continuamente, con la era de la tecnología, las empresas y gobiernos deben moverse rápido para tener buenos productos y servicios a disposición de los clientes que vayan a visitar un país. Con el turismo cinematográfico pasa exactamente igual, es un tipo de turismo muy importante y que está desarrollándose muy rápidamente, ha avanzado mucho hasta el punto de que tanto los gobiernos de los países como empresas privadas, promocionan su territorio para llamar la atención a productoras y que rueden allí sus películas. Y, ¿por qué se hace esta promoción del territorio? La respuesta es bien sencilla, dando a conocer un país para filmar allí, se puede mejorar la imagen del mismo, se atraen clientes ya que es una forma muy importante de que la gente extranjera vea lugares

recónditos y maravillosos de un lugar que si no es por las películas, no podrían ver. Es por eso que hay que publicitar el país a las productoras.

Y ya no solo eso, sino también crear actividades relacionadas con películas en lugares donde se ha rodado ya, y deben de ser servicios de calidad, originales, competentes con todo el mercado actual y fáciles de encontrar y poder adquirir, por supuesto que sean también sostenibles para el medio ambiente y que ponga en sintonía a los turistas con la cultura del país así como los aspectos gastronómicos e históricos del mismo.

Hay que tener muy en cuenta la realización del servicio acorde con la demanda ya que esta, está creciendo y evolucionando hasta tal punto de que los turistas no buscan solo visitar la zona donde se ha rodado, sino poder formar parte de ella, interactuando con el lugar, personajes y la historia; buscan más que una atracción, una experiencia única, y eso es lo que hay que conseguir llevar a cabo.

Países como Nueva Zelanda, Inglaterra, o Estados Unidos, se han desarrollado mucho en este campo, gracias también a que allí se han rodado las películas más famosas de la historia. En el caso de España, actualmente se están generando muchas actividades relacionadas con este campo que son novedosas, aunque todavía falta mucho camino por recorrer, por ejemplo que sean actividades con más interacción, la gente busca desconectar y divertirse con sus películas favoritas, mejorar también la información y el acceso a esta, de estas actividades, así como aumentar y mejorar la promoción para que las productoras tanto nacionales como extranjeras decidan filmar en España.

16. BIBLIOGRAFÍA

<http://elcomercio.pe/vamos/mundo/pandora-existe-estas-montanas-china-se-filmo-avatar-noticia-1727600>

https://es.wikipedia.org/wiki/Categor%C3%ADa:Pel%C3%ADculas_rodadas_en_Espa%C3%B1a

https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_cinematogr%C3%A1fico

<http://cinemaworld.es/event/exposicion-interactiva-star-wars/>

<http://cinemaworld.es/events/events-list/#>

<http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/8806/Miquel%20Vives%20Garcia.pdf?sequence=1>

<http://mdc.ulpgc.es/cdm/ref/collection/pasos/id/569>

<http://mexico.cnn.com/tecnologia/2012/04/10/ultima-oportunidad-para-ver-el-titanic-a-3600-metros-de-profundidad>

<http://ocio.laprovincia.es/planes/noticias/nws-302417-ruta-escenarios-ocho-apellidos-vascos.html>

<http://puntacanatours.es/piratas-del-caribe/>

[http://viajar.elperiodico.com/destinos/europa/francia/isla-de-francia/paris/guia-de-la-ruta-de-el-codigo-da-vinci/\(tab\)/2](http://viajar.elperiodico.com/destinos/europa/francia/isla-de-francia/paris/guia-de-la-ruta-de-el-codigo-da-vinci/(tab)/2)

<http://www.20minutos.es/noticia/1242212/0/titanic-hundimiento/cien-anos/cruceros-turismo/>

http://www.abc.es/viajar/guia-repsol/abci-diez-lugares-espana-perfectos-para-rodar-pelicula-terror-201510151930_noticia.html

<http://www.abc.es/cultura/20140729/abci-zaumaia-apellidos-vascos-201407281724.html>

http://www.andaluciafilm.com/index.php/cine_turismo/listado_rutas/

http://www.andaluciafilm.com/index.php/cine_turismo/listado_rutas

<http://www.axesor.es/directorio-empresas-actividad-cnae/informacion-empresas-de-Actividades-Cinematograficas-De-Video-Y-De-Programas-De-Television-Grabacion-De-Sonido-Y-Edicion-Musical/59/1>

http://www.cett.es/acetct/html/cast/turiscinem_intr.html

<http://www.cinemanía.es/noticias/las-10-mejores-peliculas-rodadas-en-barcelona/>

<http://www.diariodelviajero.com/libros-de-viajes/cine-y-turismo-sobre-las-rutas-cinematograficas>

<http://www.elle.es/viajes/flechazos-news/localizaciones-juego-de-tronos>

<http://www.filmoteca.unam.mx/>

<http://www.guiarepsol.com/es/turismo/destinos/tematicos/un-paseo-por-el-titanic/>

http://www.hosteltur.com/125790_turismo-cinematografico-30-casos-han-impulsado-destinos.html

http://www.hosteltur.com/137150_turismo-cinematografico-estrategia-espana.html

<http://www.ireland.com/es-es/campaign/normal-campaign/2014/titanic-belfast-built/>

http://www.madrid.org/cs/Satellite?c=CM_InfPractica_FA&cid=1142673132421&language=es&pagename=ComunidadMadrid%2FEstructura&pv=1142674391000

<http://www.lavanguardia.com/viajes/20150429/54430923507/turismo-cinematografico-espanol-a-traves-peliculas-anglosajonas.html>

<http://www.lavozdegalia.es/album/television/2015/07/09/lugares-rodaje-juego-tronos-espana/01101436462814908647981.htm>

http://www.pasosonline.org/Publicados/12114/PS0114_12.pdf

<http://www.spain.info/es/consultas/turismo-cinematografico-espana.html>

http://www.spain.info/es/reportajes/espana_un_destino_de_cine.html

<http://www.shootinginspain.info/index.php/es/spain-film-commission-es.html>

https://www.tripadvisor.es/Attraction_Review-g187429-d548048-Reviews-Oasys_Mini_Hollywood-Almeria_Province_of_Almeria_Andalucia.html

http://www.uhu.es/IICIED/pdf/14_15_festi.pdf

<http://www.uhu.es/uhutur/documentos/npturisticos2/Turismo%20cinematografico.pdf>

<http://www.viajaredimburgo.com/itinerario-braveheart-escocia.php>

<https://www.youtube.com/watch?v=DJaDBKiJOCs>

