



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de León

Grado en Turismo

Curso 2019/2020

**DISEÑO DE UN PROYECTO CULTURAL:
FILMPALACE Y EL TURISMO
CINEMATOGRAFICO LEONÉS**

**DESIGN OF A CULTURAL PROJECT: FILMPALACE AND
CINEMATOGRAPHIC TOURISM LEONÉS**

Realizado por el alumno:

D. Daniel Gutiérrez García.

Tutelado por el Prof. Dr. D. Jorge Martínez Montero.

León, 7 julio 2020.

ÍNDICE:

1. INTRODUCCIÓN:	1
2. OBJETIVOS:	6
3. METODOLOGÍA:	7
4. CONTEXTO DEL TURISMO CINEMATográfico EN ESPAÑA:	9
5. BASES CONTEXTUALES DEL PROYECTO:	18
5.1. Finalidades:	18
5.2. Dinámica territorial:	20
5.3. Dinámica sectorial:	22
5.4. Proyección del turismo cinematográfico leonés y sus potenciales escenarios:	25
5.5. Análisis de la organización gestora:	35
6. DEFINICIÓN DEL PROYECTO:	37
6.1. Ubicación y descripción del servicio:	37
6.2. Destinatarios:	41
6.3. Modelo de gestión:	42
6.4. Cronograma de implementación y presupuesto:	43
7. ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO:	46
8. CONCLUSIONES:	48

Referencias bibliográficas y fuentes consultadas.

Anexos.

ÍNDICE DE TABLAS:

Cuadro 5.1. Dimensiones de una dinámica sectorial:	23
Cuadro 5.2. Análisis D.A.F.O de la organización gestora:	35
Cuadro 6.1. Servicios ofrecidos por FilmPalace:	38
Cuadro 6.2. Cuadro presupuestario del proyecto:	44
Cuadro 6.3. Colaboradores de FilmPalace – León:	45
Cuadro 7.1. Marca y plan de medios para la comunicación y difusión:	46
Figura 4.1. Imágenes película <i>Vacaciones en Roma</i> , 1953:	10
Figura 4.2. Saga <i>Harry Potter</i> en Reino Unido, 2001-2011:	11
Figura 4.3. Filmaciones en el Desierto de Tabernas, Almería:	14
Figura 4.4. La Barcelona de Woody Allen:	17
Figura 4.5. Imagen de la ruta de <i>Juego de Tronos</i> por España:	17
Figura 5.1. Datos poblacionales de León y provincia:	20
Figura 5.2. Imágenes <i>Un hombre va por el camino</i> , de 1949:	25
Figura 5.3. Imágenes <i>Sor Citroën</i> , de 1967:	26
Figura 5.4. Imágenes <i>El Filandón</i> , de 1984:	26
Figura 5.5. <i>A golpe de todo</i> , <i>Juana la Loca</i> y <i>La Herencia de Valdemar</i> :	27
Figura 5.6. Imágenes <i>The Way</i> y <i>Onyx, los reyes del Grial</i> :	28
Figura 5.7. Carteles de <i>Muerte en León</i> y <i>Muerte en León, caso Cerrado</i> :	29
Figura 6.1. Ubicación del centro cinematográfico leonés, FilmPalace:	37
Gráfico 4.1. Minutos de consumo diario televisivo español, 2019:	12
Gráfico 4.2. Millones de espectadores en cines españoles, 2000 – 2018:	12
Tabla 3.1. Diagrama de Gantt de tareas y actividades del TFG:	8
Tabla 4.1. Producciones que favorecieron el turismo cinematográfico:	16
Tabla 5.1. Escenarios leoneses potenciales:	32
Tabla 6.1. Cronograma de implementación del proyecto:	43

A mis padres, que más allá de todo el cariño que me procesan, me han brindado todas las facilidades en mis estudios, pero en especial a mi madre, que me ha enseñado a luchar tanto como lo ha hecho ella.

A mis abuelos maternos, Tino y Dori, que no pudieron llegar a conocer ni leer este trabajo por escasos meses.

Y a mi abuelo paterno Nisio, que debido a la situación sanitaria por el Covid-19 no pudimos verle ni apenas despedirnos de él.

RESUMEN:

El turismo cinematográfico en los últimos años ha experimentado un considerable aumento en su oferta y demanda, por ello está viviendo un gran esplendor en las últimas dos décadas. Esta evolución se debe a que los escenarios de rodaje promueven los atractivos naturales, históricos y culturales de una región y/o de un país.

Es por ello por lo que, el presente Trabajo de Fin de Grado pretende dar a conocer esta nueva tipología de turismo cultural que cuenta con una excelente proyección de futuro, así como realizar una valoración del patrimonio cultural como base para el desarrollo de un diseño de proyecto cultural turístico en el municipio de León, España. Un municipio y provincia que se caracteriza por contar con un variado y rico patrimonio cultural, natural e histórico, y que en los últimos años se configura como foco de escenarios para grabaciones de películas y series, tanto a niveles de producciones nacionales como internacionales.

Palabras clave: turismo cultural, turismo cinematográfico, medio audiovisual, producto audiovisual, proyecto cultural, gestión cultural, León Film Commission, FilmPalace, escenarios leoneses.

ABSTRACT:

Screen tourism in recent years has experienced a considerable increase in its supply and demand, which is why it has been experiencing great splendor in the last two decades. This evolution is due to the fact that the filming scenarios promote the natural, historical and cultural attractions of a region and / or a country.

For this reason, this Final Degree Project aims to publicize this new typology of cultural tourism, which has an excellent future projection, as well as an assessment of cultural heritage as the basis for the development of a design of cultural tourism project in the municipality of León, Spain. A municipality and province that is characterized by having a varied and rich cultural, natural and historical heritage, and which in recent years has become a focus of scenarios for film and series recordings, both at national and international production levels.

Key words: cultural tourism, film tourism, audiovisual media, audiovisual product, cultural project, cultural management, León Film Commission, FilmPalace, Leonese stages.

1. INTRODUCCIÓN:

En la actualidad, podemos diferenciar la existencia de diferentes modalidades de turismo dentro del sector, convirtiéndose el turismo cultural en uno de sus principales exponentes, entendido como “un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico” (OMT, 2019, p. 31).

Esta modalidad de turismo se ha vuelto imprescindible para los visitantes y turistas que buscan más allá del tradicional turismo de sol y playa, y que, además, en las últimas décadas ha experimentado un notable aumento en su competencia. Cabe destacar que dentro de la modalidad de turismo cultural ha nacido un subtipo de turismo relacionado con el medio audiovisual: el turismo cinematográfico. Con esto, se ha podido crear un nuevo tipo de experiencia para los visitantes y turistas como una forma inédita y alternativa a las tipologías de turismo convencionales.

Pero ¿qué es el turismo cinematográfico?:

Entendemos por turismo cinematográfico a todas aquellas actividades de ocio que van ligadas a las ubicaciones geográficas que tienen relación con la industria audiovisual y se incluyen dentro de la tipología de turismo cultural y de turismo activo.

Otra definición aceptada es la aportada por la Declaración de Valladolid en el año 2016: *“El turismo cinematográfico, o turismo inducido a través del cine y la televisión, internacionalmente denominado Screen Tourism, es un fenómeno que crece en todo el mundo, y constituye un elemento esencial de la promoción de numerosos países como corolario de las estrategias nacionales de fomento de la cultura y el audiovisual. Se trata de una nueva tipología del turismo que responde a un desplazamiento del interés de los nuevos consumidores culturales hacia las industrias creativas, y en particular las artes audiovisuales”*, (Declaración de Valladolid para el Desarrollo de una Estrategia española de Fomento del Turismo Cinematográfico, 2016, p.1) recogida en el (Anexo 1) de este trabajo.

La declaración hace referencia a Spain Film Commission, entidad cuyo objetivo principal es proporcionar a los productores nacionales e internacionales toda la documentación e información necesaria para la realización de los rodajes en el escenario más idóneos y cuya ambientación sea lo más rigurosa posible. En la actualidad, esta entidad tiene una red de 32 miembros repartidos en Film Offices o en Film Commissions y tienen el apoyo de Ayuntamientos, Comunidades Autónomas y otras entidades públicas y privadas.

Hoy en día, los gestores turísticos están cobrando cada vez mayor protagonismo en relación con la industria audiovisual y de un modo más específico con el cine. Esto se debe a que todos aquellos lugares que aparecen en filmaciones llegan a un mayor grupo de personas de todo el mundo y si se utilizan de una manera conveniente pueden llegar a convertirse en una gran herramienta de marketing y promoción turística para aquellos lugares donde han tenido lugar filmaciones.

Así pues, es esencial una buena colaboración entre los organismos de promoción turística y el medio audiovisual pues en muchas ocasiones comparten intereses mutuos, objetivos y acciones conjuntas.

En definitiva, el turismo cinematográfico engloba todas aquellas actividades del turismo que se relacionan con la industria audiovisual. Por lo tanto, **¿cuáles son las principales actividades a las que atañe este tipo de turismo?:**

- Actividades turísticas en todas aquellas localizaciones donde se llevó a cabo el rodaje de un producto audiovisual ya sea un largometraje, cortometraje, spot, serie, etc., bien sea un estudio, un paisaje natural, un hotel, un pueblo, una ciudad o incluso un país.
- Visitas a los estudios cinematográficos de importancia, por ejemplo, en el ámbito del turismo nacional español, visitas guiadas como las que tienen lugar en el complejo audiovisual de la Ciudad de la Luz y del Cine en Alicante, o los estudios de Atresmedia en la localidad de Pozuelo de Alarcón, en Madrid.

- Turismo a las ciudades relacionadas con la vida personal de los actores mismos o con los productores, guionistas o directores de películas. Por ejemplo, a nivel internacional, los tours a las casas de celebridades en Hollywood, Los Ángeles, o incluso en nuestro país en las ciudades de Barcelona e Ibiza.
- Visitas a los parques temáticos relacionados con el mundo audiovisual, tales como Disneylandia, Disneyworld, Universal City Studios, Warner Bros Movie World.
- Turismo a los festivales de cine. Aunque los festivales más prestigiosos a nivel europeo sean Cannes y Venecia, el acceso del público general es muy limitado. Sin embargo, existen otras posibilidades de visita pública en festivales de cine como Palm Springs, Vancouver, Hong Kong, o en el caso de España, el Festival de Cine Internacional de San Sebastián y el Festival de Málaga de Cine Español. Como aspecto relevante es destacable que, desde el año 2009, en la ciudad de León se está llevando a cabo el Festival de Cine y Televisión Reino de León y que desde el año 2016 se organiza de forma ininterrumpida cada año.

Por otro lado, hay que destacar la elección del destino como resultado de la visualización de alguna serie o película, esto se debe al uso de este medio como herramienta promocional de los destinos turísticos, que haya llamado la atención al consumidor. El gran dominio que ejercen los medios audiovisuales sobre los espectadores hace que surja la motivación de viajar y elegir un destino con el objetivo de experimentar lo que el espectador ha visualizado en dichos medios.

Como resultado, obtenemos el aumento en el número de visitantes al destino con esta intencionalidad específica. Las diversas entidades que tienen relación con la industria turística están utilizando cada vez más el gran poder de atracción de los medios audiovisuales como estrategia para promover una región o un país como lugar principal de rodajes y para la promoción de localizaciones como destinos turísticos al aparecer en series y películas.

Y es por ello por lo que la Declaración de Valladolid establece lo siguiente:

PRIMERO. - Promover la elaboración de un Plan Estratégico Sobre Turismo Cinematográfico en España como destino de turismo cinematográfico, en el que colaboren las instituciones públicas y las empresas españolas, tanto del sector turístico como del sector audiovisual.

SEGUNDO. - Iniciar los pasos conducentes a la creación de un Clúster de turismo cinematográfico o turismo de pantalla (Screen tourism) como instrumento de gestión de esta iniciativa, y con el objetivo de posicionar España como destino turístico basado en los valores de la creatividad, la cooperación y la excelencia, creando iniciativas específicas. estudios, etc. que contribuyan. también, al mejor desarrollo de la industria audiovisual y de los profesionales españoles (Declaración de Valladolid para el Desarrollo de una Estrategia española de Fomento del Turismo Cinematográfico, 2016, p. 2).

Otro de los puntos principales de este trabajo es la aplicación de como diseñar y poder llevar a la práctica un proyecto cultural que esté vinculado al turismo cinematográfico y más concretamente de aplicación en la ciudad de León, España.

Para ello, lo primero es acercarnos a la disciplina objeto de estudio, **¿qué es la gestión cultural?** Una de las definiciones más generalizadas es la que aporta María de los Ángeles Querol en su manual sobre la gestión del patrimonio cultural, en la que la define como “el conjunto de actividades, en su mayoría realizadas por distintas administraciones públicas, destinadas a la protección y difusión de los bienes culturales” (Querol, 2010, p.57)

A partir de ello nos planteamos la siguiente pregunta **¿qué es un proyecto cultural?** Se trata de “la unidad mínima de actuación con sentido global en sí misma, la cual, se concreta con objetivos y acciones que solo tienen razón de ser en cuanto forman parte del proyecto” (Roselló Cerezuela, 2017, p. 28).

En este caso, el diseño de proyecto cultural que se pretende llevar a cabo en éste es la creación de un centro cinematográfico en la ciudad de León y de una serie de rutas por los escenarios de la provincia leonesa que han sido objeto de grabaciones audiovisuales, ya que la provincia de León cuenta con un rico, valioso y variado patrimonio cultural, histórico y natural, el cual supone un gran potencial para el desarrollo de las diferentes actividades turísticas.

Además, en lo que respecta al interés de éste, hay que mencionar, que se trató de un tema de elección libre, que surge precisamente del interés de combinar dos aspectos como son el turismo cultural y la visualización de proyecciones audiovisuales, en este caso, más enfocado a series y películas.

2. OBJETIVOS:

A lo largo del presente trabajo, el objetivo principal que se pretende conseguir se centra en la elaboración y definición de un diseño de un proyecto cultural centrado en el turismo cinematográfico de la provincia de León, en España, y que sirva como motor de desarrollo económico y cultural para una nueva actividad turística.

Otros de los objetivos que se desarrollarán durante el trabajo serán los siguientes:

- Dar a conocer el turismo cinematográfico, así como el impacto que ha tenido en la economía y sociedad española.
- Visibilizar los escenarios leoneses en los que han tenido lugar rodajes y aportar otros posibles escenarios que puedan contar con un potencial como recurso turístico.
- Analizar la finalidad del presente proyecto cultural y dar respuesta a las dos preguntas claves: ¿por qué se pretende realizar? y ¿para qué se realizaría?
- Realizar un diagnóstico previo para la identificación de los puntos débiles y fuertes como análisis interno de la organización gestora a través de un análisis D.A.F.O.
- Conocer cuál sería el tipo de modelo de gestión económica que se llevaría a cabo y la relación entre la institución y el gestor dentro del proyecto cultural.
- Elaborar y diseñar la marca del proyecto cultural, el plan de medios para la comunicación y difusión del centro cinematográfico FilmPalace-León y de su ruta cinematográfica por la capital leonesa.

3. METODOLOGÍA:

El punto de partida del presente trabajo ha sido la recopilación bibliográfica sobre el tema objeto de estudio, basado en la consulta de obras de referencia para la disciplina de la gestión cultural, así como su aplicación en el diseño y elaboración de proyectos y productos culturales. Por otro lado, también se ha nutrido de diferentes manuales de obligada consulta, como la obra *Diseño y evaluación de proyectos culturales* (Roselló Cerezuela, 2017) y *Gestión de proyectos culturales* (Bonet *et al.*, 2006), así como de otro tipo de fuentes de información secundarias como artículos, noticias, material académico, etc.

También se han utilizado numerosos recursos electrónicos, tales como direcciones y recursos, entre los que cabría citar León Film Commission, Junta de Castilla y León en el apartado de cultura y artes – Film Commission, Ayuntamiento de León y otros ayuntamientos de la provincia, Diputación de León y otras páginas web con el objetivo de completar la información manejada. Además, con el fin de acometer eficazmente el proyecto, se ha realizado un trabajo de campo basado en la visita de la gran mayoría de escenarios utilizados, tanto en la ciudad de León, como en la provincia, obteniendo documentación fotográfica, así como información directa de las Oficinas de Información Turística y de entidades locales.

En resumen, tras recoger y recopilar toda la información pertinente y procedente para el desarrollo del presente trabajo se comenzó a su redacción, teniendo en cuenta que la idea surgió de una manera completamente insospechada en una conversación entre amigos sobre que potenciales tienen los recursos turísticos, de ahí y tras unos días de reflexión, se plasmó el primer esbozo sobre el que se enfocaría el trabajo (Anexo 2), y tras ello se comenzó la realización del proyecto cultural y del presente trabajo.

Por último, para una correcta y mejor comprensión de la metodología llevada a cabo en este trabajo, se ha realizado un Diagrama de Gantt, el cual, además de ser una herramienta gráfica, muestra todas las tareas y actividades desarrolladas para su correcta realización y presentación del trabajo. (Tabla 3.1.)

Diagrama de Gantt: tareas y actividades del presente trabajo:

		Tabla: 3.1. Diagrama de Gantt de tareas y actividades del TFG.							
		TIEMPO							
		2019	2020						
DIAGRAMA DE GANTT		Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
ACTIVIDADES									
Elección del tutor y del tema principal		■							
Primera toma de contacto con el tutor		■							
Tutoría 1		■							
Idea del diseño del proyecto FilmPalace			■						
Realización del esbozo			■						
Tutoría 2 concreción del TFG			■						
Recopilación de información, manuales, webs, etc.			■	■					
Visita al Bierzo				■					
Trabajo de campo				■	■	■	■	■	
Curso Mendeley (APA)					■				
Tutoría 3					■				
Tutoría 4 (postpuesta Covid-19)						■			
Visto bueno del tutor al TFG							■		
Preparación de la presentación visual								■	■
Visto bueno de la presentación visual								■	
Presentación									■
Contacto con el tutor por medios telemáticos		■							

Fuente: Elaboración propia.

4. CONTEXTO DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO EN ESPAÑA:

Para poder contextualizar la actividad turística cinematográfica en España se debe conocer cómo surgió y que evolución tuvo a nivel mundial para así saber de qué manera se originó en nuestro país.

Lo cierto es que la historia de ambos conceptos, cine y turismo, han ido muy ligados el uno del otro a lo largo de los años, pero sobre todo en las últimas décadas. Es más que evidente que, lo que entendemos como actividad turística, ya existía antes de que se desarrollara la industria audiovisual, una vez que comenzó a germinarse esta última, se pudo apreciar los efectos positivos que tenía sobre las localizaciones que habían servido de escenarios para las grabaciones audiovisuales, pues los espectadores comenzaron a desarrollar un interés por querer visitar las localizaciones que observaban en las pantallas.

A medida que pasaban los años y se desarrollaban nuevas filmaciones, se producía el descubrimiento de nuevos escenarios, hasta entonces desconocidos, por la gran mayoría del público del momento, además, también cabe mencionar que las personas que asistían a las primeras visualizaciones audiovisuales se encontraban dentro de un público adinerado, que podía permitirse participar en dicha actividad, por lo que el desarrollo de la consecuente actividad turística fue muy limitado.

Los años pasaban, y cada vez era más evidente que el cine producía efectos positivos sobre el turismo, y en concreto sobre los lugares que habían servido de rodajes para las cintas que se visualizaban, de esta manera los países en donde se desarrollaban estos rodajes comenzaron a implementar diferentes estrategias, pues eran conscientes que el séptimo arte, de manera indirecta, les estaba sirviendo de escaparate para un mayor público y lo que es más importante, estaba otorgando una mayor proyección al país donde se tomaban tales escenarios.

Hoy en día, son muchos los ejemplos de producciones internacionales que han servido de escaparate para estos lugares donde se han rodado anuncios, series, cortometrajes, pero sobre todo largometrajes, y que han hecho que el espectador quiera visitar esos lugares.

Entre los ejemplos más conocidos de producciones audiovisuales internacionales que han servido para que el turismo aumente en dichas localizaciones, son:

- Una de las primeras cintas que cosechó resultados positivos sobre la incidencia del cine en la actividad turística fue la película del director William Wyler titulada *Vacaciones en Roma* del año 1953.

Figura: 4.1. *Vacaciones en Roma*, en Roma (Italia), 1953.



Fuente: Cristobalena, Revista 80 días, 2006.

En la década de los años 60 encontramos ejemplos como *Cleopatra* de Joseph Leo Mankiewicz, mientras que entrados los años 70 se rueda la película de *El Padrino II* de Francis Ford Coppola que serviría como un gran ejemplo de ese aumento del turismo en dicha localización de rodaje, en este caso fue Trieste y Sicilia (Italia). Durante la década de los 80 descubrimos películas como *Memorias de África* de Sydney Pollack o *El último Emperador* de Bernardo Bertolucci, ambas películas potenciaron el turismo en el continente africano así como la Ciudad Prohibida de Pekín en China, respectivamente. En la última década del Siglo XX el mejor ejemplo es *Braveheart* de Mel Gibson, que contribuyó a revitalizar el turismo en Escocia.

- Uno de los ejemplos recientes es la *Saga de Harry Potter*, un total de 8 películas que se estrenaron entre los años 2001 y 2011 y que fueron dirigidas por Chris Columbus, Alfonso Cuarón, Mike Newell, David Yates y que ha hecho, entre otros productos audiovisuales, que en las últimas dos décadas el turismo cinematográfico haya experimentado un crecimiento notable.

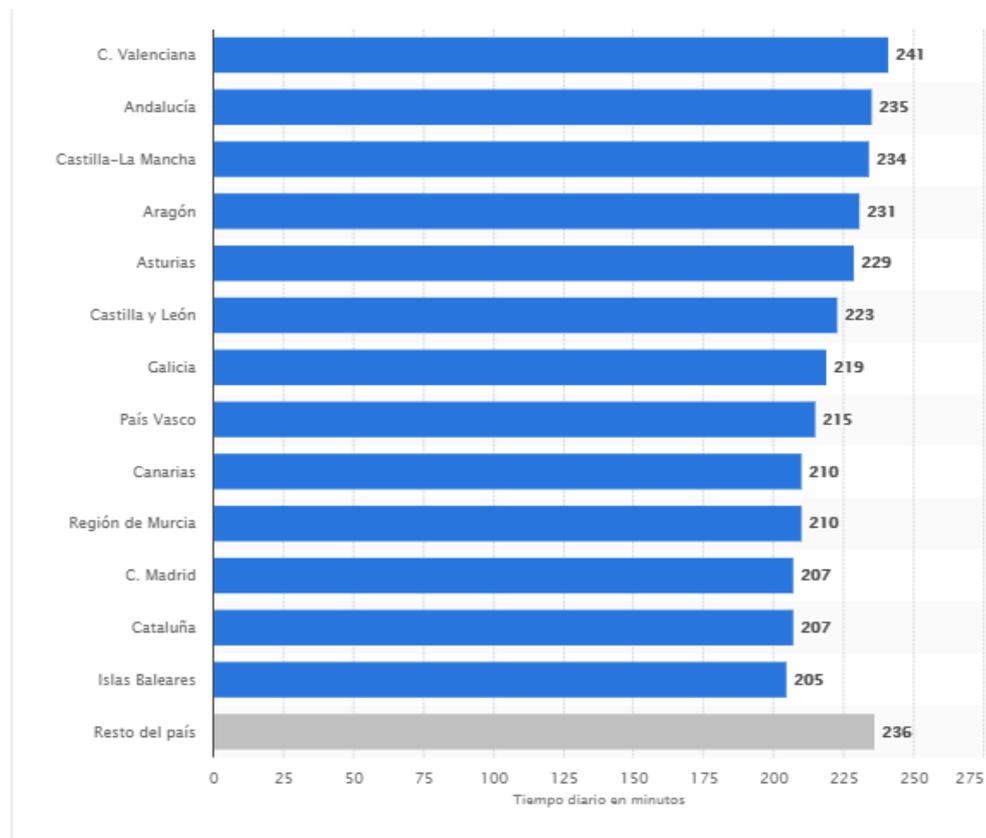
Figura: 4.2. *Saga Harry Potter*, en Reino Unido, 2001-2011.



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de España, es más que evidente que con el paso del tiempo la industria audiovisual tanto nacional como internacional ha sabido hacerse un gran hueco en el sector turístico español. A eso hay que sumarle también que un español de media consume algo más de 3 horas de televisión al día (Gráfico 4.1.) y en lo que respecta al consumo de proyecciones cinematográficas, desde el año 2000, el número más bajo de espectadores ha sido de 9,9 millones en el año 2000, (Gráfico 4.2.), por lo cual esto hace que los espectadores estén constantemente visualizando localizaciones, las cuales, incluso podrían desconocer, y que por su atractivo, más que el efecto estético y de deleite que produce verlas en pantalla, surja la idea de querer realizar un viaje a dichos lugares.

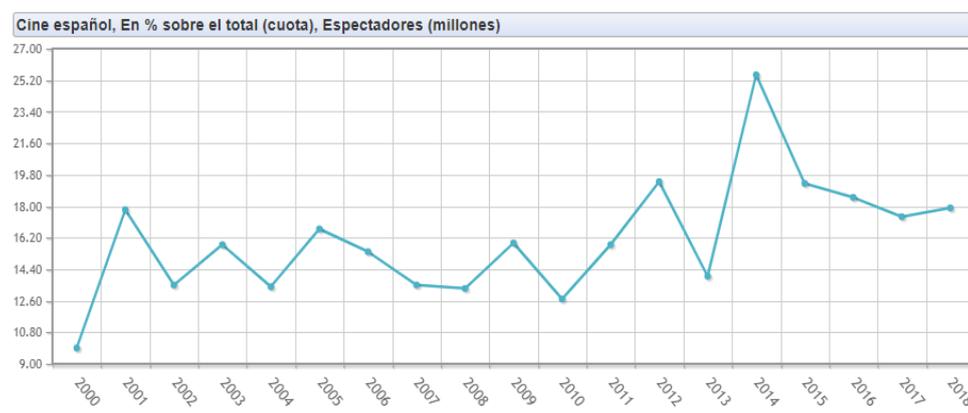
Gráfico: 4.1. Minutos diarios de consumo televisivo español en 2019.



Fuente: “Promedio de consumo diario por comunidades autónomas España, 2019”

Statista.com

Gráfico: 4.2. Millones de espectadores en cines españoles, periodos 2000-2018.



Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte. CULTURABase. NIPO: 822-19-038-3

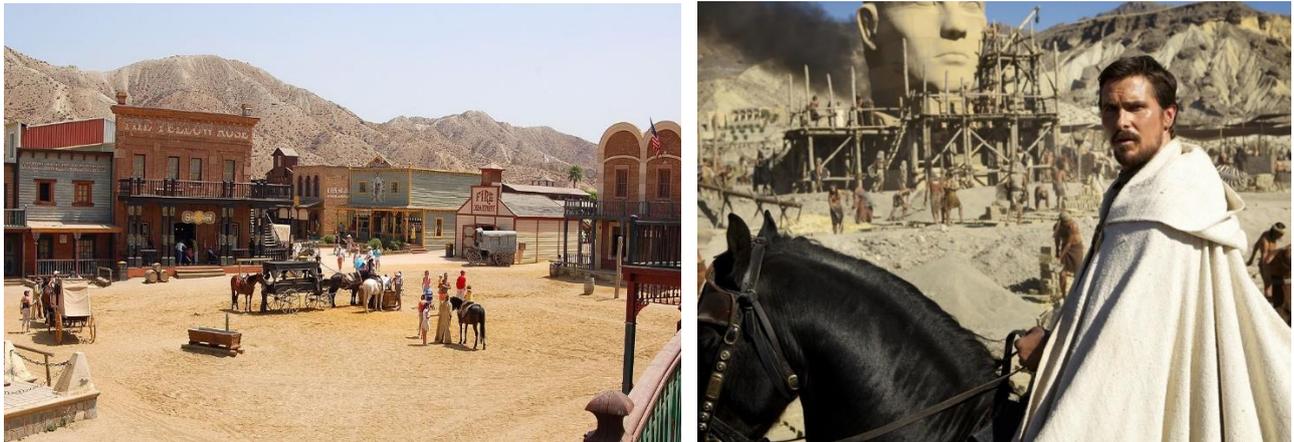
Tras conocer estos datos, consideramos de interés acercarnos a la evolución del turismo cinematográfico en nuestro país. La primera película que utilizó las costas españolas para promocionar el turismo de sol y playa, que por entonces era puntero en Europa, fue la cinta *El turismo es un gran invento* de 1967, en la que se muestran localizaciones con un gran atractivo turístico sirviendo de medio de promoción y escaparate tanto a nivel nacional como internacional.

Los años trascurrían y España se estaba convirtiendo en una gran potencia, despertando el interés para que producciones nacionales e internacionales desarrollasen sus filmaciones, de esta manera y a finales de los años 50 y hasta mitad de la década de los 70 surge el término Spaghetti Western, como un subgénero característico de producciones italianas que ubicaban sus rodajes en provincias como Almería o Madrid para el rodaje de sus películas, las cuales, estaban inspiradas en el género Western y se caracterizaban por tener una producción y un coste económico.

Entre las localizaciones españolas más usadas en aquella época se encuentra el afamado Desierto de Tabernas, en Almería, el cual se convirtió en su totalidad en un gran set de rodaje y que albergó entre las décadas de los 60 y 70 más de 300 filmaciones, entre las que destacan: *Lawrence de Arabia* en 1962, *Cleopatra* en el año 1963, *Por un puñado de dólares* en 1964, *La muerte tenía un precio* de 1965, *El bueno, el feo y el malo* en el año 1966, *Patton* de 1970 y *Conan el Bárbaro* que fue rodada en 1979 y estrenada en 1982. Fuera de la provincia de Almería encontramos otros ejemplos como *Doctor Zhivago* del año 1965, que filmó parte de su metraje en Madrid y en Soria, en el año 2015 la película *Júpiter Ascending* ubico parte de su rodaje en la ciudad de Bilbao; o la tercera temporada de *Westworld* que hizo lo propio con la ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia.

En los últimos años, en este mismo desierto también ha tenido lugar el rodaje de grandes series, tanto españolas, en el caso de *Mar de Plástico*, como extranjeras, con los ejemplos de *Black Mirror* o *Juego de Tronos*. Este hecho marcó un hito, no solo porque sirviese de escaparate para todas aquellas personas que visualizaban estos productos audiovisuales y les surgiese la motivación de querer viajar hasta nuestro país y de esta manera, conocer el lugar, consolidando aún más el turismo cinematográfico en los últimos años en España, sino porque también generaron durante décadas miles de puestos de trabajo que fueron cubiertos por la población local.

Figura: 4.3. Filmaciones en el Desierto de Tabernas, Almería.



Fuente: Elaboración propia.

Es más que evidente que no solo los rodajes se centraron en el Desierto de Tabernas; pues, si por algo se caracteriza España, es por la gran riqueza patrimonial tanto cultural, como natural, material e inmaterial que alberga, por lo que no solo se trataba de visualizar ante millones de espectadores paisajes, playas, montañas, costas, sino que en muchas ocasiones, eran los propios productos audiovisuales, tanto nacionales como internacionales, los que centraban sus tramas en festividades propias del país, como eran las Fallas, los San Fermín, la Semana Santa, la Feria de Abril y un largo etcétera, y es más, en ocasiones incluso se daba visibilidad también a la gastronomía, haciendo que el espectador conociera, antes de llegar a España, no solo sus fiestas, sino también los platos típicos.

Por lo tanto, la combinación de turismo y productos audiovisuales (series, cortometrajes, largometrajes, spots, etc.) son una buena combinación, y España ha sabido conjugar las dos a la perfección, haciendo de esta unión una herramienta esencial de marketing y promoción turística a nivel nacional e internacional.

A nivel nacional podemos citar numerosas producciones, ya que, al tratarse de productos audiovisuales nacionales, la gran mayoría de los rodajes y localizaciones se encuentran dentro del territorio español. A continuación, se hace una referencia a varios productos audiovisuales españoles que han contribuido a que esta tipología, el turismo cinematográfico, se haya desarrollado de una manera exponencial en los últimos años.

Uno de los primeros ejemplos lo encontramos en el año 2007, cuando se estrenó la película *El Orfanato*, dirigida por Juan Antonio Bayona, una cinta que recaudo más de 78 millones de dólares convirtiéndose en el filme más premiado de su época. Esta película se desarrollaba en Asturias, concretamente en Llanes, villa costera cuyos escenarios fueron objeto de búsquedas en internet, en agencias de viajes, en portales y blogs de viajes y todo ello por un motivo claro: poderlos visitar. Tan bueno fue el resultado que, escaso año y medio después, se comenzó a rodar de nuevo en las costas asturianas, pero esta vez en el municipio de Lastres, fue una de las series más vistas de la época, liderando las audiencias nacionales del país y con una media de share del 14,6% de espectadores, en este caso se trataba de la serie *Doctor Mateo*, la cual se emitió entre los años 2009 y 2011, estando dirigida por directores como Jaime Botella, Álvaro Fernández Armero, Enric Folch y Manuel Tera entre otros.

Este tipo de apuestas por localizaciones españolas, con un potencial turístico emergente, hacen que cada vez más se tienda a demandar y rentabilizar un tipo de turismo, el cinematográfico, con el que garantizar y optimizar los recursos patrimoniales, transformándolos en un producto turístico de consumo.

Y así se comenzó a consolidar, en las últimas dos décadas, lo que hoy en día es una modalidad de turismo cultural y que se encuentra en pleno auge. En último término, las series y películas de producción nacional e internacional que han hecho que España sea uno de los principales destinos turísticos de esta modalidad, han contribuido a que cada vez más turistas viajen con esta motivación: la cinematográfica, y poder así experimentar en primera persona lo que ha visualizado antes, pues es más que evidente que tanto el turismo como el cine y la televisión trabajan con los estímulos sensoriales y las emociones de las personas. En palabras de Martín Lara “El cine lleva el destino al espectador invitándolo a viajar al destino” (Martín Lara, 2013, p. 8).

A continuación, se ha procedido a elaborar una tabla comparativa de las principales producciones audiovisuales que favorecieron el turismo cinematográfico en España, así como su producción, lugar de rodaje, y si nos encontramos ante un largometraje, cortometraje o serie, (Tabla 4.1.).

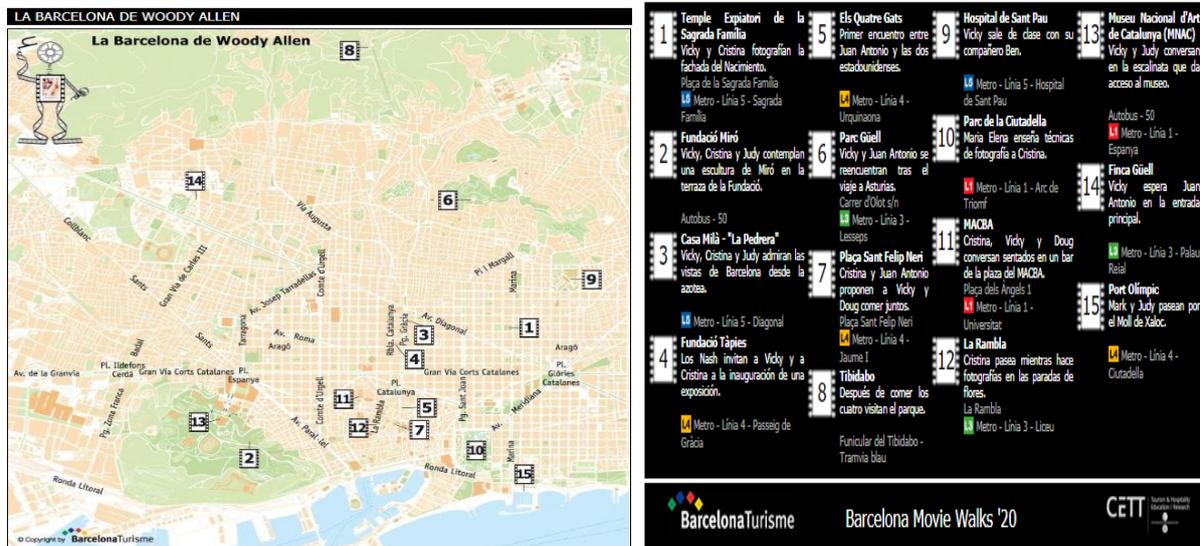
Tabla: 4.1. Producciones audiovisuales que favorecieron el turismo cinematográfico en España.

Título	Largometraje/ Cortometraje/ Serie	Producción	Localización principal
<i>Cleopatra</i> (1963)	Largometraje	Estadounidense	Desierto de Tabernas
<i>El bueno, el feo y el malo</i> (1966)	Largometraje	Estadounidense	Desierto de Tabernas
<i>El turismo es un gran invento</i> (1967)	Largometraje	Estadounidense	Marbella
<i>El Padrino II</i> (1974)	Largometraje	Estadounidense	Trieste, Sicilia
<i>Verano Azul</i> (1981-1982)	Serie	Española	Costa del Sol
<i>Conan el Bárbaro</i> (1982)	Largometraje	Estadounidense	Desierto de Tabernas
<i>El filandón</i> (1984)	Largometraje	Española	León
<i>Star Wars, Episodio II</i> (2002)	Largometraje	Estadounidense	Sevilla
<i>El perfume</i> (2006)	Largometraje	Alemana, francesa y española	Girona, Figueras y Barcelona
<i>El Orfanato</i> (2007)	Largometraje	Española	Llanes
<i>Vicky, Cristina Barcelona</i> (2008)	Largometraje	Estadounidense	Barcelona
<i>Juego de Tronos</i> (2011-2019)	Serie	Británica	País Vasco, Andalucía, Extremadura, CyL, etc.
<i>Lo imposible</i> (2012)	Largometraje	Estadounidense / española	Ciudad de la Luz, Alicante
<i>Isabel</i> (2012-2014)	Serie	Española	CyL, otras.
<i>8 apellidos vascos</i> (2014)	Largometraje	Española	País Vasco, Sevilla
<i>El ministerio del Tiempo</i> (2015- act.)	Serie	Española	Toda España
<i>Vale</i> (2015)	Cortometraje	Española	Ibiza
<i>Onyx, los reyes del Grial</i> (2018)	Largometraje	Estadounidense	León
<i>Hierro</i> (2019-act.)	Serie	Española	Isla del Hierro

Fuente: Elaboración propia.

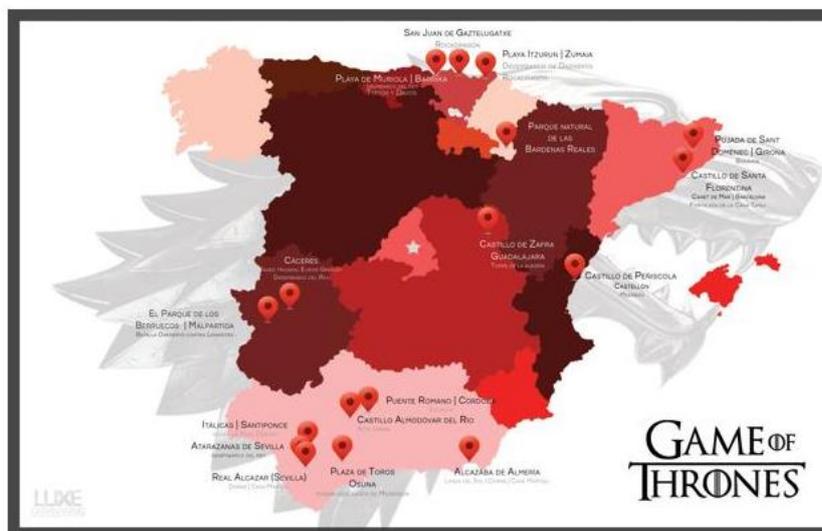
Seguidamente, se mostrarán algunos de los productos turísticos que se han desarrollado debido a la afluencia de visitantes y turistas motivados por el conocimiento de algún producto audiovisual rodado en España, por ejemplo, las rutas cinematográficas en ciudades españolas, como es el caso de la ciudad condal con La Barcelona de Woody Allen, o incluso rutas a nivel nacional como la ruta de Juego de Tronos por España.

Figura: 4.4. La Barcelona de Woody Allen, (Vicky, Cristina Barcelona, 2008).



Fuente: BarcelonaTurisme. (<https://www.barcelonaturisme.com/wv3/es/>)

Figura: 4.5. Imagen de la ruta de Juego de Tronos en España.



Fuente: ABC, Comunidad Valenciana. “Mapa: una ruta con autocaravana por todos los escenarios de «Juego de Tronos» en España”.

5. BASES CONTEXTUALES DEL PROYECTO:

En el siguiente apartado se exponen las finalidades del proyecto cultural, así como su dinámica territorial y sectorial, la proyección del turismo cinematográfico leonés, así como sus potenciales escenarios futuros y, por último, se completará con la realización de un análisis interno de la organización gestora (D.A.F.O).

5.1. FINALIDADES:

Las finalidades de este proyecto cultural se centran en aunar la actividad turística en la ciudad y provincia de León y la de dar a conocer y exponer, a los visitantes y turistas que llegan, el valor de los productos audiovisuales que han sido filmados en la provincia de León, así como aportar futuros escenarios potenciales de la provincia leonesa y crear un centro cinematográfico ubicado en la capital de la provincia: el FilmPalace.

De acuerdo con el planteamiento de Roselló Cerezuela “Justificación y finalidad no es lo mismo. La primera es el por qué se hace el proyecto y la segunda el para qué se hace” (Roselló Cerezuela, 2017, p. 51).

Si bien la justificación viene ya dada en el apartado introductorio del trabajo, en el cual, no solo se justifica por qué llevar a cabo el proyecto, sino también el interés que suscita el tema objeto de estudio: el turismo cinematográfico y la propuesta de elaboración de un proyecto cultural de consumo turístico en la ciudad de León. Las finalidades en sí mismas consisten en trazar los pilares conceptuales del proyecto y también en dar respuesta a las dos preguntas planteadas por Roselló:

- ¿por qué se pretende realizar? La intención principal es exponer nuestros potenciales escenarios naturales que aún no han sido objeto de filmaciones y que servirían como una estrategia promocional para atraer a un mayor número de visitantes y turistas a la provincia leonesa.

- Y ¿para qué se realizaría?, se realiza para dar una mayor visibilidad, tanto a las personas locales, como a los visitantes y turistas, de las producciones audiovisuales que se han llevado a cabo en la provincia de León a través de la creación de un centro cinematográfico y, también, como una manera de dar a conocer el rico y variado patrimonio cultural, histórico y natural leonés con la creación de rutas cinematográficas.

Otro de los objetivos del proyecto consiste en la creación del citado centro cinematográfico, denominado FilmPalace, ubicado en la ciudad española de León, con el fin de ofrecer a todas aquellas personas, las cuales se detallarán en el apartado (6.2. Destinatarios), la posibilidad de enfocar su vida laboral a la actuación con la creación de una escuela de interpretación y danza (EDILE) que sea puntera en España y, también, con el fin de ofrecer un servicio innovador que hasta entonces no existía en la provincia como sería el primer Autocine de la provincia.

Con respecto a las finalidades planteadas, si algo se puede decir de ellas es que se caracterizan principalmente por ser de carácter universal y atemporal, es decir, que independientemente del país y/o la cultura a la que pertenezcamos fácilmente son válidas, de ahí su carácter universal; e independientemente del tiempo, las finalidades del proyecto no variarían y si lo hacen serían de una manera muy escasa.

5.2. DINÁMICA TERRITORIAL:

Según Roselló Cerezuela, la dinámica territorial se centra en “el análisis de los factores inherentes al territorio de referencia del proyecto que pueden influir en su definición” (Roselló Cerezuela, 2017, p.64). Por tanto, en lo que a nuestro territorio se refiere, la provincia de León se encuentra ubicada en el noroeste de la Península Ibérica y cuenta con un total de 460.001 habitantes según el INE en el año 2019; su capital, del mismo nombre, objeto de la ubicación elegida para el presente proyecto cultural, cuenta con una población de 124.303 habitantes y su alfoz con un total de 198.516 habitantes de acuerdo con el INE del año 2019.

La ciudad de León engloba una urbe mediana con profundos arraigos tradicionales, culturales e históricos y cuenta con una extensión de 39,03 km², su emplazamiento se sitúa en el cruce del Camino de Santiago y la Ruta de la Plata y también entre los ríos Bernesga y Torío antes de la unión de ambos en el límite sur de la ciudad.

Figura: 5.1. Datos de población de la provincia y municipio de León, 2019.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

Dispone de todos los servicios básicos para los ciudadanos en cuanto a sanidad, educación, redes de comunicación, transporte público, alimentación, recogida de residuos, etc. Sin embargo, no se puede decir lo mismo respecto a los servicios necesarios para los visitantes que están de paso por la ciudad, ya que nos encontramos con una serie de aspectos de cariz deficitario o claramente mejorable, como son: la ausencia de baños públicos en la ciudad, la existencia de un solo aparcamiento para autobuses próximo al

centro urbano, la escasa adaptación por parte de los horarios de los comercios locales a las épocas de alta temporada turística o días festivos, así como la escasa o nula señalización de los lugares de interés turístico en algunos casos concretos, como la existencia de numerosos bienes culturales sin la respectiva placa o panel explicativo.

En este sentido tenemos que tener en cuenta, que estamos hablando de la escasez de ciertos servicios turísticos en una ciudad que cada año recibe personas de diferentes destinos por una serie de motivaciones diversas; tal es el caso del paso obligatorio del Camino de Santiago, diversos nombramientos como la reciente capitalidad Gastronómica española en el año 2018, la sede del Encuentro Nacional de Cofradías y Hermandades de la Semana Santa en el año 2021, la propia festividad en sí de la Semana Santa leonesa que está declarada desde el año 2002 de Interés turístico Internacional, las Fiestas de San Froilán, o el nombramiento por la UNESCO de la ciudad como Cuna del Parlamentarismo Europeo.

En cuanto a su ubicación geográfica y territorial, hay que hacer especial mención a su situación geográfica, tanto de la ciudad como de la provincia, y es que resulta ser muy beneficiosa pues ambas se encuentran en el cruce natural de dos grandes rutas, la primera es el Camino de peregrinación francés a Santiago, por el cual trascurrieron en el último año, 2019, un total de 347.538 peregrinos que pasaron por León y su provincia, y la segunda ruta es la histórica Vía de la Plata romana que conecta el suroeste con el noroeste de la península, actualmente desde la provincia de Sevilla hasta el Principado de Asturias mediante una autovía, y por la cual durante su trayecto se pueden contemplar, visitar y conocer diferentes ciudades y monumentos que incluso tienen la categoría de Bienes de Interés Cultural (BIC).

5.3. DINÁMICA SECTORIAL:

Para Roselló Cerezuela la dinámica sectorial se basa en “el análisis de los factores inherentes al sector cultural en el que se enmarca el proyecto y que pueden influir en su definición”. (Roselló Cerezuela, 2017, p.78).

En rasgos generales, la estructura económica de la ciudad gira entorno al sector terciario, la capital es el centro comercial de la provincia, cuenta con comercio tradicional y con el asentamiento de grandes cadenas comerciales como el Corte Inglés, Carrefour, Mercadona, Zara, etc., dentro de este sector terciario es fundamental destacar el papel que juega el turismo en la ciudad ya que aporta grandes beneficios económicos atrayendo en el último año 2019 a más de 1,24 millones de turistas y visitantes. En cuanto al sector secundario, ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años, destacando las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Y, por último, nos encontramos con el sector primario, el cual se encuentra en vías de desaparición por la presión urbanizadora que la ciudad ejerce sobre los terrenos agrícolas todavía disponibles, a eso hay que sumarle las escasas ayudas existentes en el sector ganadero y agrícola en los últimos años, hecho que ha tenido como resultado numerosas manifestaciones y protestas a nivel nacional, con las famosas “tractoradas” de agricultores y ganaderos en los últimos meses.

Tras unas pinceladas genéricas sobre la estructura económica de León y su provincia, el análisis de la dinámica sectorial se va a centrar en dar a conocer de una manera exhaustiva el sector cultural de las mismas, así como el enfoque conceptual de actuación del presente proyecto. Es por ello, que para la correcta realización de la dinámica sectorial lo primero que se va a llevar a cabo es la definición del sector:

- El sector principal de la actividad es el turismo cultural, es decir, un sector meramente cultural y/o patrimonial, el cual se divide en subsectores de actividad, en este caso en vinculación con el medio audiovisual, un turismo de carácter cinematográfico o screen tourism, el cual se puede enlazar, vincular, con el gastronómico y turismo activo (con la ruta por los escenarios naturales que han sido objeto de rodajes en León y provincia).

Tras delimitar el sector principal y el subsector de esta dinámica sectorial, se expondrán las diferentes dimensiones que inciden sobre esta dinámica, las cuales se desarrollan a continuación:

Cuadro: 5.1. Dimensiones de una dinámica sectorial.

- La dimensión social de una dinámica sectorial hace referencia a varios puntos como el valor simbólico el cual repercute en la sociedad, el factor de innovación en la vida social en este caso de León y su provincia y que evidentemente es más que novedoso para esta región, presencia en diferentes elementos como en programas culturales de carácter provincial, autonómico y estatal, representa en las costumbres de gasto cultural de la ciudadanía, así como en los medios de comunicación tanto digitales como impresos, etc.
- La dimensión jurídica hace referencia a las diversas legislaciones y normativas que regulan el sector turístico en España, y que la propia Constitución española delega dichas competencias a las comunidades autónomas del país en el artículo 148, 1. 18ª, “Las comunidades autónomas podrán asumir competencias en las siguientes materias: promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial”. (art. 148, C.E.). Además de la Constitución, hay que mencionar otros mecanismos que también se encargan de regular el sector turístico como Leyes, Reales Decretos, Ordenanzas, entre las que cabría citar, de acuerdo con lo que se establece en el artículo 25.5 del Estatuto de la comunidad autónoma donde se enclavaría el proyecto, la Ley 14/2010, de 9 de diciembre, de Turismo de Castilla y León.
- La dimensión industrial hace relación a la identificación y reconocimiento tanto de los procesos industriales como de las cadenas de valor en las que se estructura el sector, es decir, la suma total de actividades las cuales están relacionadas entre sí para dar valor a el producto/servicio y que van desde la adquisición de los bienes iniciales (tanto materiales como humanos) hasta que, en este caso, el servicio sea ofrecido al cliente.

- En la dimensión económica se consideran dos tipos de volúmenes de negocio, el directo, que viene dado por la definición del sector turístico en relación con el subsector de turismo cinematográfico en León y su provincia y que lleva el peso principal del proyecto en cuestión y el volumen de negocio indirecto o los relacionados y/o afines que tendrían vinculación con el directo, como puede ser el propio volumen de negocio local y provincial, el de restauración, el de alojamiento, etc.
- La dimensión profesional evidentemente hace referencia a todos aquellos expertos y profesionales que intervienen, en este caso, en el sector turístico cinematográfico con la propuesta de diseño de proyecto cultural que presentamos, independientemente de su carácter público, privado o asociativo. Además, también se basa en la formación de los perfiles, así como en conocer y relacionar al número de profesionales en el sector.
- La sexta dimensión, es la dimensión infraestructural, la cual tiene mucha similitud con la dimensión industrial anteriormente mencionada, pues para Roselló esta es la encargada de “la creación, producción, distribución, difusión/venta, formación, estudio y otros”. Es decir, la suma total de actividades interrelacionadas que recoge la dimensión industrial, así como la cadena de valor en la que se estructuran las diferentes actividades.

Fuente: Elaboración propia.

Esta dinámica sectorial se basa en la propuesta de David Roselló (Roselló Cerezuela, 2017, p. 80). Este guion ha sido de gran valor y ayuda para elaborar este apartado, pues se ajusta de una manera realista y certera a las dimensiones y posibles escenarios que se pueden encontrar a la hora de definir las bases contextuales de un proyecto cultural, en el cual, se integre la dinámica sectorial.

5.4. PROYECCIÓN DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO LEONÉS Y SUS POTENCIALES ESCENARIOS:

En el siguiente apartado se dará explicación, por un lado, a la proyección del turismo cinematográfico en la provincia de León y, por otro lado, se expondrán cuáles son los principales escenarios leoneses potenciales que podrían ser objeto de filmaciones.

Para conocer mejor la proyección que se le está dando en la actualidad al turismo cinematográfico leonés primero tenemos que dejar constancia de la evolución que se ha ido desarrollando desde los primeros productos audiovisuales rodados en la provincia hasta hoy en día, de esta manera nos encontramos:

- Uno de los primeros productos audiovisuales llevado a cabo en la provincia de León, concretamente en el Valle de Riaño fue la cinta debut del cineasta Manuel Mur Oti titulada *Un hombre va por el camino*, del año 1949.

Figura: 5.2. Imágenes de la película *Un hombre va por el camino*, 1949.



Fuente: Elaboración propia.

- En el año 1956 se rueda la película *Cuerda de presos* dirigida por el cineasta Pedro Lazaga, en la cual dos agentes de guardia civil tienen que trasladar un preso desde León hasta la ciudad de Vitoria donde será juzgado. En dicha cinta aparecen escenarios que fueron rodados en los valles de Riaño y de Valdeón, ambos en la provincia leonesa.

- En la década de los años 60, cabe destacar la película *Sor Citroën* dirigida de nuevo por el cineasta catalán Pedro Lazaga que once años después de *Cuerda de presos*, en 1967, volvía a escoger a la provincia de León para llevar acabo parte del rodaje de esta cita. Cabe destacar que este cineasta dirigió un año después, en 1968, una de las producciones nacionales que favorecieron el turismo cinematográfico en España, titulada *El turismo es un gran invento*, mencionada en la (Tabla 4.1.)

Figura: 5.3. Imágenes de *Sor Citroën*, en la localidad leonesa de la Robla, de 1967.



Fuente: Fulgencio Fernández, “Diario de León – El Citroën hullero”.

- En 1981, bajo la dirección de José María Martín Sarmiento se rodó en el municipio berciano de Los Montes de la Ermita el cortometraje francés *Los Montes*. En 1984, de nuevo Sarmiento eligió la ciudad de León como principal escenario de rodaje para su largometraje *El filandón*, utilizando por ejemplo lugares como la catedral, o el edificio de la Fundación de Sierra Pambley, etc. Y en el año 1987, el director Julio Sánchez Valdés dirigió la película *Luna de Lobos* rodada también en León.

Figura: 5.4. Imágenes de la película *El Filandón* de 1984.



Fuente: screenshot de “El filandón (1985)” – YouTube.

- Con la llegada del nuevo milenio, en el año 2000 se estrenó la película *A golpe tendido* dirigida por Julio Suarez Vega y protagonizada por actores como Aitor Merino, Ana Álvarez o Kiti Manver. La película tomó escenas por el casco urbano de la ciudad, visualizando los principales monumentos. Un año después, se estrena una de las películas más vistas y premiadas de la época, *Juana la Loca*, su director Vicente Aranda eligió la ciudad de León para rodar en ella varias escenas del filme. Y, por último, concluyendo la primera década del S.XXI, en el año 2009 respectivamente, el director José Luis Alemán dirige su mirada a la Cueva de Valporquero y sus inmediaciones para rodar escenas de la película *La herencia de Valdemar*, la cual contó con un reparto dlujo, actores como Silvia Abascal, Rodolfo Sancho o Eusebio Poncela se desplazaron hasta la provincia leonesa.

Figura: 5.5. A la izquierda *A golpe tendido*, derecha *Juana la Loca* y en la parte inferior *La herencia de Valdemar*, todas ellas rodadas en la provincia y ciudad de León.



Fuente: Elaboración propia.

- En los últimos años resaltan las filmaciones internacionales como *The Way*, del año 2010 y dirigida por el estadounidense Emilio Estévez, dicha película está protagonizada por un reparto de actores internacionales y narra las aventuras de un grupo de peregrinos californianos. Se tomaron escenas de la provincia y de monumentos de la capital, como la Catedral, San Isidoro o San Marcos rodando dentro del propio Parador de turismo, al igual que sucedió en el año 2013 con la película *La sangre de Wendy*, rodada por el cineasta leonés Samuel Gutiérrez y en la que una parte se filmó en el hotel Parador de León.

En el año 2018, Roberto Girault se pone al frente del largometraje internacional *Onyx, los reyes del Grial*, rodada casi en su totalidad en la provincia de León y protagonizada por los actores internacionales Jim Caviezel y María de Medeiros. En ella se narra la historia del descubrimiento de unos documentos en Egipto sobre el posible paradero del Santo Grial, el cual, lo ubican en la ciudad española de León.

Y, por último, y aún pendiente de estreno, nos encontramos la película dirigida por Epigmenio Rodríguez titulada *Media hora y un epílogo*, rodada en su totalidad en la provincia leonesa, se trata de un thriller que entreteje una serie de hechos ocurridos en las calles de la capital y que se enlazan entre ellos, jugando de esta manera con el modelo matemático del espacio-tiempo.

Figura: 5.6. A la izquierda, imagen de *The Way* y a la derecha, rodaje en el interior de la Catedral de *Onyx, los reyes del Grial*.



Fuente: Elaboración propia.

- En el último lustro, se llevaron a cabo dos productos audiovisuales internacionales titulados *Muerte en León* y *Muerte en León, Caso cerrado*, los cuales fueron dirigidos por el productor y director británico Justin Webster para las plataformas de Movistar + y HBO respectivamente.

El primero de ellos se trató de una miniserie, titulada *Muerte en León*, que fue estrenada en el año 2016 para la plataforma de Movistar + y constó de tres capítulos en los cuales se narran los hechos reales del asesinato de la presidenta de la Diputación de León y su posterior juicio. Esta docuserie tuvo una gran aceptación por el espectador y eso desencadenó que, en el año 2019, se estrenase, en esta ocasión para la plataforma de HBO el largometraje titulado *Muerte en León, Caso cerrado* dirigida de nuevo por Justin Webster y que supuso el capítulo final en forma de película documental. Pese a tratarse de un hecho traumático, los escenarios que aparecen en ambos productos audiovisuales pueden generar en el espectador una atracción y motivación por querer visitar la ciudad y de esta manera poderlos conocer in situ, ya que se muestran monumentos como San Marcos, la Catedral, el Palacio de los Guzmanes, etc.

Figura: 5.7. A la izquierda, el cartel de la miniserie *Muerte en León* y, a la derecha, el cartel del largometraje *Muerte en León, Caso cerrado*.



Fuente: screenshot catálogo HBO España.

Después de conocer de una manera breve la evolución de los rodajes producidos en la provincia de León, profundizaremos en la proyección del turismo cinematográfico leonés, de acuerdo con dos parámetros: el primero, hace referencia a todo aquello ya realizado para su proyección, y el segundo, a los futuros mecanismos para una mayor captación de rodajes en la provincia.

- El primero, alude a como se han utilizado y se están aprovechando hoy en día los productos audiovisuales que ya han sido rodados en lugares de la provincia y qué mecanismos se han creado. Cabe destacar que todos estos productos audiovisuales generaron una imagen promocional positiva de la provincia, pues todas estas cintas originaron en el espectador la curiosidad y motivación por querer conocer nuestro patrimonio cultural, natural e histórico leonés.

De esta manera, uno de los primeros mecanismos que se crearon fue en el año 2009 con la primera edición de la Semana Internacional de Televisión y Cine Histórico del Reino de León, en el año 2011 se llevó a cabo la segunda edición y se decidió la abreviación del título pasando a denominarse Festival de Cine y Televisión Reino de León, mientras que en el año 2016 tuvo lugar su tercera edición y desde ese año el festival se ha celebrado de manera ininterrumpida. Esto supuso un claro reflejo sobre la intención de querer proyectar una imagen que combinase producciones audiovisuales *versus* turismo (cinematográfico).

En el año 2017, y tras varios rodajes nacionales y dos rodajes a nivel internacional en los últimos años en la provincia y ciudad de León, con los filmes de *The Way* y *Onyx, los reyes del Grial*, se anunció por parte del ayuntamiento de la capital leonesa la intención de convertir a la provincia de León en un referente nacional para el rodaje de películas, series y anuncios. De esta manera, se creó la entidad de León Film Commission con el objetivo de captar a los agentes del sector cinematográfico a tierras leonesas y de esta manera la creación de nuevos puestos de empleo y revitalización del turismo inducido por este sector.

- El segundo, consistiría en la futura captación de directores, anunciantes y productores para que ubiquen los rodajes de sus nuevos productos audiovisuales en la provincia, esta captación se debería desarrollar a través de la entidad León Film Commission, la cual tendría que trazar diferentes líneas de actuación para llevar a cabo esa captación, en la cual se podría ofrecer una serie de catálogos de lugares dentro de la provincia donde poder llevar a cabo los diferentes tipos de rodajes dependiendo del tipo del género que se quiera rodar.

Otra de las propulsiones en las que se puede enfocar esta entidad es la realización de un catálogo de posibles nuevos lugares de interés para futuros rodajes, como en el ejemplo dado en la (Tabla 5.1.) en la que figuran posibles escenarios potenciales leoneses para atraer nuevas grabaciones y, con ello, que se puedan visualizar ante millones de espectadores y de esa manera generar esa motivación por querer conocer el lugar en donde se ha llevado a cabo la serie, anuncio o película.

Esta entidad, también tendría que ser la principal responsable en la creación de líneas de comunicación directas con productoras audiovisuales y otros agentes del medio para estar constantemente promocionando y ofreciendo no solo nuestros lugares para llevar a cabo en ellos los rodajes, sino también, posibles historias reales, como fue el caso mencionado con anterioridad de *Muerte en León* para poder narrar a través de la pequeña o gran pantalla. Incluso también la posibilidad de contar historias ficticias pero que se basen en la cultura y tradición de la región como fue el caso del largometraje de *El Filandón*.

También otro de los mecanismos que mejor podría funcionar sería la implantación de este proyecto cultural en la capital, que aúna una escuela de interpretación, un museo cinematográfico provincial, el primer servicio de autocine y rutas cinematográficas por la provincia de León proyectando de esta manera esa imagen positiva que caracteriza a la provincia leonesa y, por consiguiente, atraer un mayor número de turistas y visitantes inducidos gracias a este sector.

En lo que respecta a los escenarios leoneses potenciales para ser objeto de rodajes hemos confeccionado una tabla con los lugares que consideramos que poseen una serie de particularidades específicas, las cuales hacen que sean óptimas para reconsiderar llevar a cabo un rodaje en ellas. En la (Tabla 5.1.) aparece reflejado: el nombre del lugar, el municipio al que pertenece, las particularidades que hemos considerado y, por último, el tipo de género audiovisual que se pueden llegar a rodar allí.

Tabla: 5.1. Escenarios leoneses potenciales.

Nombre del lugar	Municipio /s	Particularidades	Género de rodaje
Entorno de Las Medulas	Las Medulas	Es un entorno paisajístico español único, la mayor mina a cielo abierto de época romana, entre sus particularidades destaca los colores del paisaje con unas tonalidades anaranjadas excepcionales.	Bélico Épico / Histórico Ciencia ficción Documental
Castillo y Pallozas de Balboa	Balboa	Se trata de un entono único en la provincia, los Ancares presentan grandes recursos históricos y materiales para poder rodar allí cualquiera de los géneros propuestos.	Bélico Épico / Histórico Terror Drama Ciencia ficción
Castillo Templario	Ponferrada	Es uno de los castillos de la Orden del Temple que mejor se conservan en la actualidad, perfecto para el rodaje de un producto audiovisual ambientado en la Edad Media.	Épico / Histórico Bélico Documental Ciencia Ficción
Castrillo de los Polvazares	Astorga	Probablemente sea uno de los pueblos más bonitos de España, declarado en 1980 Conjunto Histórico-artístico por su valor monumental, su mayor particularidad es que el pueblo parece haberse detenido siglos atrás.	Drama Bélico Épico / Histórico Ciencia ficción Thriller / Suspense
Palacio de Canedo y villa de Canedo	Arganza	Se trata de una gran casona del S. XVIII, con un mobiliario típico de la época. En la actualidad, cuenta también con viñedos y bodegas haciendo este lugar aún más singular.	Drama Épico / Histórico Ciencia Ficción Thriller / Suspense

Hospital Universitario de León	León	El complejo sanitario de la ciudad de León se caracteriza por presenta una estética de lo más moderna y peculiar, esto hace que haya sido utilizado en series tanto nacionales como internacionales, La que se avvicina y Ozark respectivamente. Pero nunca se llegó a grabar en el complejo, simplemente se utilizaron imágenes existentes.	Comedia Drama Terror Ciencia ficción Thriller / Suspense
Ciudad de León	León	La propia capital de la provincia, León, presenta particularidades únicas, que hacen de ella un set de rodaje en sí misma, ejemplos como su propio casco antiguo, su ensanche, el MUSAC, las antiguas estaciones de Renfe y Feve, el Hospital de San Isidro, el antiguo Hospital de San Antonio, antiguo Teatro Emperador, etc.	Comedia Drama Terror Ciencia ficción Thriller / Suspense Documental Épico / Histórico Musical
Embalse de Riaño y alrededores “Fiordos leoneses”	Riaño	Tras la construcción del embalse, se configuró un nuevo paisaje, a ello hay que sumarle las acciones climáticas y tenemos como resultado uno de los paisajes más particulares de la península, creando una atmósfera que se podría asociar perfectamente a los paisajes de los países escandinavos.	Drama Épico / Histórico Thriller / Suspense Ciencia ficción
Plantaciones de lúpulo en la ribera del río Órbigo	Carrizo de la Ribera, Benavides, Hospital, Llamas de la Ribera, Turcia, etc.	Los campos de plantación de esta vegetal, más las choperas características de la ribera del río Órbigo, más las condiciones atmosféricas dadas a través de un microclima de la zona con abundantes brumas y nieblas hacen de este paraje que sea atípico y muy particular generando un ambiente lúgubre.	Drama Documental Thriller / Suspense Ciencia ficción

Tierra de Campos	Burgo Ranero, Sahagún, Bercianos del Real Camino, Cea, Grajal de Campos, etc.	La mayor singularidad que presenta este entorno es la presencia de paisajes áridos y secos, de carácter solitarios, en ocasiones con pueblos deshabitados y la presencia de lagunas dispersas. A ello hay que sumarle la escasa modernización de los pueblos, los cuales cuentan con un carácter singular y como si apenas hubiese pasado el tiempo por ellos.	Drama Terror Ciencia ficción Thriller / Suspense Documental Épico / Histórico
Espacio natural de las Hoces de Vegacervera	Cármenes, Matallana de Torío, Valdepiélagos y Vegacervera.	Se trata de uno de los espacios naturales más bonitos de la provincia. Se encuentra a los pies de la Cordillera Cantábrica y de los Picos de Europa. Su mayor singularidad no es solo que se trate de un terreno escarpado y montañoso, sino sus paredes y la angostura del valle creada por el río Torío genera un paisaje de gran belleza visual.	Drama Ciencia ficción Thriller / Suspense Documental Épico / Histórico
Bosque de El Faedo	Pola de Gordón	Se trata de un pequeño bosque ubicado en el pueblo de Ciñera al norte de la provincia de León. El lugar se constituye por un hayedo el cual es atravesado por el curso fluvial, pero lo que le hace especialmente llamativo es su singularidad en la gama cromática de su flora, haciendo que exista una diversidad de colores dependiendo de la especie de árbol y de la época del año en la que se visite y/o se ruede.	Drama Terror Ciencia ficción Thriller / Suspense Comedia

Fuente: Elaboración propia.

5.5. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN GESTORA:

En este apartado del trabajo, se llevará a cabo la realización de un análisis D.A.F.O el cual consiste en el estudio e identificación, tanto de la características internas (debilidades y fortalezas del proyecto), como el estudio e identificación de las características externas del proyecto (amenazas y oportunidades) con la finalidad de realizar un conjunto de líneas estratégicas y/o planes para dar valor dichas oportunidades y fortalezas detectadas y revitalizar aquellas debilidades y amenazas detectadas.

Cuadro: 5.2. Análisis D.A.F.O de la organización gestora.

Características internas.	Características externas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Limitada experiencia en proyectos de semejante calibre. • Reducidos recursos económicos y técnicos, agravados por la situación posterior a la Pandemia de Covid-19. • Escasa oportunidad de empleo para la gente joven de la provincia. • Posibilidad de producirse un carácter estacional en esta modalidad de turismo. • Posibilidad de problemas internos basados en egos e intereses propios. • Falta de motivación, compromiso y compañerismo entre los profesionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo a la probabilidad de poca capacidad de aceptación por parte del público. • Posibilidad de que surjan impedimentos ajenos y externos a la gestión interna del proyecto por parte de instituciones, autoridades, etc. • Escasa comunicación de transporte público con la ubicación elegida. • Posible falta de traducción a otros idiomas del proyecto cultural tanto en su página web y redes sociales como en páginas oficiales de carácter institucional. • Existencia de otra tipología de rutas por la provincia y la ciudad de León, ejemplo: ruta de tapas. • Una gran amenaza y que es imposible de predecir son los posibles cambios en los hábitos de vida y consumo de las personas, el mayor ejemplo ha sido la reciente Pandemia de Covid-19, afectando a todos los sectores.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de un equipo de profesionales bien formados y capacitados, y que en su mayoría a poder ser provengan de la propia provincia. • Escasa o nula existencia de competidores, al tratarse un proyecto innovador en la comunidad autónoma. • Amplia oferta complementaria de ocio tanto en la provincia como en la ciudad de León. • Llevar a cabo una organización flexible y ágil de los departamentos adaptándose a su modelo de gestión. • Ubicación en una de las nuevas instalaciones de vanguardia en la capital leonesa. • Intencionalidad de la utilización de las tecnologías más avanzadas del mercado para ofrecer un servicio de máxima calidad. • Buena combinación de los servicios que se ofertan, caracterizados por una buena compenetración entre ellos y sus trabajadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto nivel de oferta hotelera y de restauración en la provincia leonesa. • Ubicación geográfica estratégica de la provincia, así como de la ciudad, punto de unión de la Ruta de la Plata – Camino de Santiago. • Diversidad de festivales y de fiestas locales y provinciales. • Existencia de un turismo de proximidad. • Posibilidad de poder impulsar y potenciar los establecimientos y productos locales. • Apoyo a las artes estáticas, mixtas y dinámicas, así como al desarrollo de la cultura, tanto local, como provincial, autonómica y nacional.

Fuente: Elaboración propia.

6. DEFINICIÓN DEL PROYECTO:

En este apartado se dará forma a la estructura del proyecto y tendrán lugar las decisiones más importantes del mismo. El apartado se configura en cuatro subapartados, el primero, estará enfocado al emplazamiento y descripción del servicio ofertado; el segundo, expondrá cual es el público potencial del proyecto; el tercero, dará a conocer el tipo de modelo de gestión y; por último, en el cuarto se expondrá el cronograma de implementación y el presupuesto del proyecto, así como los posibles colaboradores de este.

6.1. UBICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:

En lo que respecta a la descripción del servicio ofrecido, desde el primer momento se quiere dejar constancia que se trataría de un centro cinematográfico, un centro completamente innovador no solo en la provincia sino también a nivel autonómico y nacional, un centro que sirviese de referencia para futuros nuevos centros cinematográficos que se quisiesen llevar a cabo en el país y que tomasen como modelo el centro cinematográfico leonés.

El centro cinematográfico leonés llevaría como nombre: FilmPalace, estaría ubicado en la avenida leonesa de Doctor Fleming, ubicado en una de las dependencias del futuro Palacio de Congresos de la capital (Figura 6.1.), además durante las estaciones de primavera, verano y otoño se utilizaría también el aparcamiento del recinto para el desarrollo de alguna de las actividades del centro.

Figura: 6.1. Ubicación del centro cinematográfico leonés, FilmPalace.



Fuente: Elaboración propia.

Una vez descrito el emplazamiento nos centramos en los servicios ofertados por el centro para un público que quedará detallado en el siguiente apartado. Para una mayor comprensión de los servicios ofrecidos se expondrán detalladamente a través de un cuadro, en el cual se detallarán por cada planta del edificio los servicios ofrecidos y su descripción, (Cuadro 6.1.).

Cuadro: 6.1. Servicios ofrecidos por FilmPalace.

UBICACIÓN	SERVICIO	DESCRIPCIÓN
Planta baja	Escuela de Danza e Interpretación de León. (E.D.I. LE)	En esta planta se encontraría ubicada la EDILE, una escuela de vanguardia en donde se impartirían cursos de interpretación y de danza abierta a toda aquella persona que desee recibir estos cursos. La intención es que acudan al centro artistas leoneses de renombre como Imanol Arias, Leo Harlem, Roberto Enríquez, etc., para impartir diferentes clases magistrales de interpretación. En cuanto a la danza, se busca que sea un complemento indispensable de la interpretación pues con la danza se comunican hechos, historias, expresiones culturales, etc. En esta planta se encontraría también la recepción del centro y los diferentes despachos, así como la administración del centro. A mayores estaría dotada con baños y los diferentes accesos para discapacitados.
1ª planta	Museo cinematográfico provincial leonés	Este museo estaría centrado en exponer todos aquellos elementos que han formado parte de los rodajes en la provincia y ciudad de León, desde el vestuario de las películas, como los guiones, diversos enseres, utilería, atrezos, además contaría con la implementación de las últimas tecnologías con el objetivo de mostrar las escenas y hologramas de las películas ubicadas en la provincia, también se expondrían diferentes galardones que hubiesen sido cedidos por los artistas leoneses que hayan sido premiados con Premios Goya, Feroz, etc. Esta planta estaría equipada con baños y adaptada para discapacitados.

2ª planta	Auditorio FilmPalace (con sala de proyección)	<p>Este espacio estaría destinado a diversas actividades, entre ellas a la puesta en práctica de los cursos de formación de interpretación y danza que se impartirían en la EDILE y tras ello a la representación ante el público de obras teatrales, monólogos, comedias, conciertos de música o, incluso, con la habilitación del auditorio como sala de cine cubierta para las proyecciones de largometrajes, cortos, etc. que se llevasen a cabo entre León Film Commission, la EDILE, productoras y otros organismos. También consideramos que el centro cinematográfico leones FilmPalace sería el lugar más adecuado para poder comenzar a celebrar los Festivales de Cine y Televisión Reino de León, como centro neurálgico de la actividad audiovisual de la provincia. Al igual que las plantas anteriores, esta también estaría equipada con aseos para ambos sexos y para personas discapacitadas.</p>
Aparcamiento	Autocine Ciudad de León	<p>Esta es una de las actividades que consideramos más relevantes, pues sería un servicio completamente innovador, y que se escapa de la costumbre española, pues los servicios de autocine son típicos del continente americano. La actividad estaría comprendida entre las estaciones de primavera, verano y otoño, el emplazamiento elegido sería el en aparcamiento de las instalaciones. De lunes a jueves se proyectaría una sesión a las 23:00 de la noche, mientras que los viernes y sábados serían dos sesiones una a las 23:00 y otra a la 01:00 de la noche. La noche del domingo se destinaría a la proyección de productos audiovisuales que hayan tenido lugar en la provincia. El servicio de audio se realizaría a través de un sistema de radiofrecuencia, el cual se entregaría a la entrada del acceso del autocine. Contaría también con aseos y un quiosco para el consumo de productos y merchandising.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Por último, el centro cinematográfico FilmPalace ofrecería el servicio de una ruta cinematográfica que se pasará a detallar a continuación:

- Ruta cinematográfica “León de cine”, esta ruta estaría emplazada en la capital leonesa, consistiría en una visita guiada en la cual se procedería a mostrar al turista y visitante los lugares que se tomaron de León capital para el rodaje de los diferentes productos audiovisuales. Esta ruta incluiría la entrada a los diferentes monumentos donde tuvieron lugar rodajes como la Catedral, San Marcos, Palacio de los Guzmanes, la Fundación Sierra Pambley, etc. Además, contaría con un recorrido por las calles y parques que también fueron objeto de grabaciones. A esta ruta se le añadiría una oferta complementaria de turismo gastronómico y cultural, pues tanto la provincia como en este caso la ciudad de León cuenta con un patrimonio cultural y gastronómico de excepción.

Con esta ruta además se crearían acuerdos y convenios de colaboración y compromiso entre el centro FilmPalace y el resto de los organismos que intervienen, así como, con los negocios locales que quisiesen participar en el proyecto.

Cabría una futura posibilidad, la cual consistiría en la creación de una nueva ruta, en el caso de que la primera, “León de cine”, tuviera el éxito esperado, esta segunda ruta se podría llevar a cabo a medio plazo y estaría enfocada de la siguiente manera:

- Ruta cinematográfica “Parajes leoneses”, esta ruta estaría enmarcada dentro de los límites provinciales, también sería una ruta con la presencia de un guía turístico y se mostrarían los parajes y localizaciones provinciales donde se llevaron a cabo rodajes, ampliando su oferta de manera complementaria a la práctica de un turismo activo.

Una vez expuestos y dados a conocer los servicios ofrecidos por el centro cinematográfico leonés FilmPalace, nos adentraríamos en conocer a qué tipo de público iría enfocado tanto este centro, así como las actividades que se desarrollarían en el mismo.

6.2. DESTINATARIOS:

Una de las definiciones más claras de público destinatario de un servicio es la de “grupo de personas, que comparten ciertas características comunes, al que dirigimos nuestro proyecto” (Roselló Cerezuela, 2017, p.110), de esta manera, el público es tan diverso como los gustos de cada persona, pero siempre existe una confluencia en común; en este caso, es el interés por el sector audiovisual y lo que despierta en el público potencial, es decir, la práctica de un turismo cinematográfico.

La intencionalidad de este proyecto es la de conseguir que llegue a toda clase de público, pues se trata de un proyecto con diversidad de actividades tanto culturales, como musicales, cinematográficas, educativas, de ocio, etc.; las cuales, pretenden hacerse un hueco entre el mayor número de consumidores posibles y de esta manera reducir la probabilidad de obtener un grupo de público indiferente y/u hostil.

Uno de los mayores errores que se pueden cometer es la tendencia de las empresas por intentar enmarcar en una serie de características sociológicas, económicas, física, laborales y de hábitos a sus consumidores, cuando la realidad nos dice que las preferencias y gustos de los consumidores cambian en función de sus motivaciones y tendencias a lo largo de los años y, que realmente son tan dispares como lo son cada uno de los destinatarios.

Este proyecto por los servicios que ofrece abarca un público muy amplio y heterogéneo, en el cual, no existe diferencia de sexos y abarca una diversidad de edades dependiendo de las actividades escogidas, ejemplo: en la EDILE la edad mínima requerida de ingreso serán los 16 años, para actividades como el autocine, la visualización de representaciones, el museo cinematográfico y la ruta estarán enfocadas a todo el rango de edades, al igual que todas ellas estarán dirigidas a personas con movilidad reducida.

Por otro lado, tanto el museo cinematográfico como la ruta “León de cine” estarían enfocados para turistas y visitantes, mientras que las representaciones musicales, teatrales, etc., en el auditorio como en la EDILE estarían enfocadas a un público de ámbito local, provincial, etc. Y, por último, el servicio de autocine iría orientado tanto a turistas y visitantes nacionales o internacionales como a la gente local, pues no deja de tratarse de una proyección cinematográfica fuera de un espacio.

6.3. MODELO DE GESTIÓN DEL PROYECTO:

Según el autor J. J. Miranda Miranda, en su obra *El desafío de la Gerencia de Proyectos*, se entiende como el modelo de gestión de proyectos el “conjunto de variables relacionadas entre sí e interactuantes, que en bloque dinámico conducen a obtener un resultado predeterminado o a solucionar un problema” (Miranda, 2006, p. 370), mientras que para Roselló Cerezuela el modelo de gestión de proyectos lo describe como la “opción por la mejor manera de gestionar, a nivel de agentes, un proyecto ya definido”. (Roselló Cerezuela, 2017, p. 153).

El tipo de modelo de gestión que se seleccione es una de las decisiones más importantes para definir de una manera correcta el proyecto y, es por ello por lo que, la elección más adecuada que hemos considerado es la de un modelo de gestión mixta que implique una participación equitativa entre entidades públicas y privadas con una externalización de los servicios de seguridad, limpieza y mantenimiento de las infraestructuras utilizadas.

La decisión por la utilización de un modelo de gestión mixta permite una mayor flexibilidad y un apoyo inconmensurable, pues en los ámbitos en los que el grupo de gestión interna de FilmPalace – León desconozcan por inexperiencia, puedan recurrir a aquellas instituciones externas que estén vinculadas con el proyecto, lo apoyen y quieran prestar soportes a este. Pero existen más motivos por los cuales consideramos que un modelo de gestión mixta es el más adecuado para este proyecto, pues al tratarse de un proyecto que oferta diversidad de actividades, la gestión mixta nos permitiría la disminución de injerencias en los diversos departamentos del centro, una contratación de trabajadores ajustada a las necesidades, logro en la búsqueda de objetivos y de comunicación, transparencia en el conjunto de la organización gestora, cumplimiento de expectativas, etc.

Una vez planteados todos y cada uno de estos motivos, FilmPalace – León contaría con el deseo expreso hacia una colaboración con los negocios locales de la ciudad y de la provincia y, de esta manera, impulsar y potencializar el desarrollo económico de los comercios tradicionales de la provincia como bares, restaurantes, fundaciones, servicio de alojamiento, pymes de turismo activo con presencia en la ciudad como Gueko, LeónAventura, HolaLeón, etc.

6.4. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN Y PRESUPUESTO:

Un cronograma permite estar en constante interacción con las tareas que se tienen que llevar a cabo y, da la oportunidad de poderlas ordenar en el tiempo, reportando un gran beneficio a la correcta implementación del proyecto.

Tabla: 6.1. Cronograma de implementación del proyecto.

CRONOGRAMA	TIEMPO											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
ACTIVIDADES												
Elaboración y redacción de las bases del proyecto.												
Presentación de la ficha técnica a las instituciones.												
Creación de acuerdos de colaboración con instituciones.												
Solicitud de subvenciones y de financiación.												
Cesión del inmueble en donde se ubique Film-Palace.												
Publicidad, RR.SS. y, presentación a los medios.												
Acomodación del espacio a las actividades que se desarrollen en este.												
Instalación de los diversos equipos técnicos, audiovisuales, educativos, museológicos, etc.												
Contratación de personal y subcontratas.												
Puesta en marcha en auditorio, aulas, recepción, etc.												
Disposición de la exposición del museo cinematográfico.												
Inauguración.												

Fuente: Elaboración propia.

Una vez visualizado el cronograma de planificación, precisaremos que el proyecto cultural este sujeto a una serie de desembolsos iniciales y gastos corrientes que se deben tener en cuenta para llevar a cabo la puesta en funcionamiento del centro cinematográfico.

* A continuación, se muestra el presupuesto de FilmPalace – León, cabe recordar que las cantidades son estimativas.

Cuadro: 6.2. Cuadro presupuestario del proyecto.

INGRESOS (100% de asistencia)		GASTOS	
Concepto.	Euros. (€)	Concepto. (Impuestos incluidos)	Euros. (€)
Alquiler Auditorio FilmPalace – León. (15 actuaciones/mes x 12 meses) =180. 180 actuaciones/año x 350€ alquiler.	63.000,00€	Pantalla media y proyector del Auditorio. (8.585€ pantalla + 635€ proyector)	9.220,00€
Museo provincial cinematográfico. [(32 entradas por día x 30 días al mes) x 360 días]. (32 x 30) x 360 = 345.600 personas. 345.600 personas/año x 7,50€ entrada.	2.592.000,00€	Pantalla grande y proyector del Autocine. (19.500€ pantalla + 2.425€ proyector)	21.925,00€
Escuela de Danza e Interpretación de León. (75 plazas x 1.250€ de matrícula)	93.750,00€	Mobiliario extra (mesas, sillas, vitrinas, mostradores, utilería, decoración, etc.) *mobiliario donado/cedido de los colaboradores.	13.565,00€
Ruta cinematográfica [(2 rutas/día x 15 personas) x 360 días/año]. (2 x 15) x 360 = 10.800 personas 10.800 personas/año x 11€ entrada.	118.800,00€	Salarios de trabajadores que depende de FilmPalace - León. (1.250€/media de mes x 14 pagas anuales) = 17.500€ anuales, 1 empleado. 16 empleados x 17.500/año.	280.000,00€
Autocine ciudad de León. (1 semana – 9 sesiones – 52 semanas/año – x sesiones) = [(52 x 9) / 1] = 531 sesiones al año. (1 sesión – 120 clientes – 531 sesiones / año – x clientes) = [(531 x 120) / 1] = 63.720 clientes año. (63.720 clientes año x 5,50€ entrada)	350.460,00€	Campaña publicitaria (carteles, propaganda, folletos, pasquines, notas de prensa, entrevistas, etc.)	11.396,00€
		Equipo audiovisual. (focos, mesa de mezclas de sonido, equipo de control, micrófonos, pantallas etc.)	160.600,00€
		Gestoría para desempeñar labores de asesoría laboral y formativa, sí como otras tareas diarias de gestión de la documentación, tramitación, etc.	15.750,00€
Total	3.215.010,00€	Total	512.456,00€

TOTALES: (3.215.010,00 - 512.456,00) = **2.702.554,00 €.**

Anexo 3: Posibles circunstancias presupuestarias.

Fuente: Elaboración propia.

Los colaboradores son uno de los pilares fundamentales para llevar a cabo este proyecto, pues gracias a ellos, se podría poner a punto la marcha de FilmPalace a través de una colaboración mixta entre la económica, material y humana. A continuación, en el cuadro siguiente se expondrán aquellas instituciones que serían colaboradoras de este centro cinematográfico y, la manera de contribución y participación de cada una de ellas:

Cuadro: 6.3. Colaboradores de FilmPalace – León.

Logo	Institución	Manera de contribuir	Colaboración
	Ayuntamiento de León	El ayuntamiento, como propietaria del inmueble en el cual se ubicaría FilmPalace-León, solicitaría una concesión y, así, no sería necesaria la inversión para la compra de un nuevo edificio, además de ayudas en las respectivas gestiones de permisos y licencias.	Mixta (Económica y material)
	Diputación provincial de León	Solicitar ayudas económicas a través de subvenciones para el desarrollo de la cultura y, de financiación para llevar acabo las adquisiciones de los equipos.	Económica
	Instituto Leonés de Cultura	Ayuda en el apoyo y fomento de la cultura, a través de la formación con charlas y docencias en la EDILE.	Humana
	León Film Commission	Creación de una colaboración directa con la entidad para la reactivación y el desarrollo correcto de rodajes en León y su provincia, además de, creación de lazos de amistad con diferentes profesiones del medio (directores, guionistas, actores, etc.) para la cesión/donación de galardones, guiones, vestuario, atrezzo y diversos objetos para la exposición del museo.	Principalmente Humana
	Museo de León. & MUSAC	Solicitud de ayudas materiales a través de prestaciones y donaciones de elementos como vitrinas, expositores, mostradores, etc. Así como, la ayuda para la administración del museo cinematográfico provincial y, la organización del montaje de su exposición y de los eventos que trascurriesen en el centro.	Principalmente Material

Fuente: Elaboración propia.

7. ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO:

Para una correcta promoción y difusión de nuestro proyecto hay que llevar a cabo un conjunto de tareas y/o actividades de carácter comunicacional y de contacto entre nuestro proyecto y el público y, de esta manera, conseguir que visiten y que participen en las diversas actividades que se ofertan en el centro cinematográfico FilmPalace - León.

La industria audiovisual, hoy en día, es una gran aliada en la promoción y difusión de destinos turísticos en los cuales hayan trascendido diversos rodajes, haciendo que en las últimas dos décadas el turismo cinematográfico haya crecido exponencialmente en todo el mundo y haciendo llegar a todo el público lugares que eran completamente desconocidos y cuya afluencia turística era escasa o nula. Pero en este caso, esa promoción y difusión irá enfocada a hacer visible nuestro proyecto ante el público local y el público visitante y turista.

En el siguiente cuadro se expondrá la marca del proyecto con el nombre oficial, su lema y, el logo de este, además, se explicará de una manera concisa y detallada el plan de medios de comunicación y de difusión del proyecto.

Cuadro: 7.1. Marca y plan de medios para la comunicación y difusión.	
Nombre oficial del centro cinematográfico:	
FilmPalace – León.	
Lema:	
<i>“Un legado a través del proyector”.</i>	
Logotipo:	
	<p>La imagen de la marca es uno de los factores más importantes del proyecto, porque en algunas ocasiones resulta ser definitiva, no solo para que se asocian a nuestro trabajo, sino también, para generar en el público una imagen precisamente moderna, actual y de vanguardia. El logotipo es uno de los principales mecanismos para generar esa imagen del proyecto.</p>

Plan de medios para la comunicación y difusión del proyecto.

Canales tradicionales. (Anexo 4)	Nota oficial de prensa	Es el principal instrumento, en el cual se redacta una carta de presentación del proyecto para presentarlo al público por medio de la prensa escrita.		
	Rueda de prensa	Dar a conocer nuestro proyecto con la convocatoria de una rueda de prensa que cuente con la presencia de la televisión local y autonómica.		
	Merchandising	Esta herramienta pondrá a la venta productos como postales, marcapáginas, bolsas y otros ejemplos, los cuales están expuestos en el anexo 4.		
Nuevos canales. (comunicación online). En la actualidad estas herramientas son mucho más rentables y beneficiosas para nuestro proyecto y, para la imagen que queremos transmitir.	Correo electrónico	Creación de un correo electrónico principal del proyecto para mantener el contacto 365 días las 24 horas vinculado a la recepción del centro y, también la creación de dos correos secundarios, uno para los alumnos y profesorado de la EDILE y otro para el museo cinematográfico provincial.		
	Página web oficial	Creación de una página web oficial, mostrando la oferta de actividades, contactos, eventos, fotos, ubicación, horarios, películas del autocine, etc.		
	Periódicos digitales	La finalidad sería igual que con la prensa tradicional, la de dar a conocer el proyecto y los servicios ofrecidos solo que, a través de internet que actualmente tiene mayor consumo que la prensa escrita. Ejemplos de periódicos digitales locales como iLeón.com o Leónoticias.com.		
	Creación de Redes Sociales de carácter profesional para el proyecto	Facebook		Esta herramienta se utilizaría principalmente para explicar cada una de nuestras actividades y poder interactuar con el público.
		Instagram		Esta puede que sea la red social más importante ya que gracias a ella podemos promocionar FilmPalace a través de las imágenes que subamos e interactuar con un público potencial.
		Twitter		Este instrumento iría destinado a la promoción del proyecto y de sus actividades con la creación de su propia etiqueta, hashtag (#).
		Otras RR. SS.	Utilización de otro tipo de redes sociales para promocionar y dar a conocer el contenido de nuestras actividades como la creación de un canal propio en YouTube, o la utilización de la herramienta Tumblr.	

Fuente: Elaboración propia.

8. CONCLUSIONES:

- Una de las primeras conclusiones a las que hemos llegado tras la elaboración del presente proyecto se basa en evidenciar que los productos audiovisuales, bien sean cortometrajes, largometrajes, series, spots etc., ejercen una gran influencia sobre la actividad turística; pues ambas industrias, la turística y la audiovisual, tienen en común un gran factor, el cual tiene un carácter fundamental en ambas: los sentidos. De esta manera, las escenas que el espectador visualiza en cualquiera de estos productos audiovisuales generan en el consumidor un cambio emocional y mental que, en muchas ocasiones, hace que les surja la motivación de querer viajar al destino que se han visionado en la pantalla.
- Por ello, los medios audiovisuales han sido y son de gran utilidad para el turismo, no solo por lo mencionado anteriormente, sino porque también están configurados como una herramienta indispensable para fomentar y proyectar una imagen positiva de un destino y, por ende, la de su ubicación de rodaje, bien sea una ciudad, una región, país, etc.
- Por lo cual, este tipo de apuestas por localizaciones españolas, con un potencial turístico emergente, hacen que cada vez se tienda más a demandar y rentabilizar un tipo de turismo, el cinematográfico, con el que garantizar y optimizar los recursos patrimoniales, transformándolos en un producto turístico de consumo.
- Otra de las conclusiones a las que se llega es que, tanto la provincia como la ciudad de León, que han sido objeto de estudio en este trabajo, constituyen un enclave geográfico propicio para las diferentes modalidades de turismo cultural, bien sea activo, etnográfico, cultural, gastronómico, rural, y ahora también cinematográfico, ya que conecta el mercado potencial del noroeste peninsular, Castilla y León – Galicia - Asturias – Norte de Portugal.

- Para que se pueda llevar a efecto es muy importante la elección de un adecuado modelo de gestión del proyecto, pues la elección de un modelo mixto comportaría la colaboración con instituciones locales y provinciales que servirían de pilar fundamental para el correcto funcionamiento del proyecto cultural. El modelo de gestión mixta utiliza tanto personal interno como externo para el desarrollo del proyecto. Nos permite recurrir a servicios externos en ámbitos en los que, por inexperiencia o por desconocimiento, no nos vemos capacitados para intervenir y tiene que externalizar tales servicios (desarrollo de actividades, limpieza, seguridad...). El diseño de un proyecto cultural carece de sentido sin la existencia de un presupuesto que determine los recursos necesarios para llevar a cabo dicho fin, en el caso de este, se utilizó la técnica del presupuesto por rubro.
- Elección de las correspondientes herramientas, así como, las estrategias adecuadas de promoción y difusión entre las cuales se pueden destacar la publicidad, las ruedas de prensa, las propias rutas turísticas, etc., se convierten en resultados efectivos y prácticos para la visibilización de destinos y, en definitiva, en benéficos económicos tanto para la industria audiovisual como turística de una región, país, etc. Además, para una correcta promoción y difusión del proyecto hay que tener en cuenta la importancia de la imagen/marca, a través de un correcto logo, unas buenas estrategias de marketing para dicha promoción y difusión y, una excelente calidad de las actividades que se ofertan en el centro cinematográfico.
- Tras la confección del presente proyecto cultural, se toma la decisión de no llevar a cabo la creación de una empresa para el desarrollo de este, de esta manera, se vendería la idea a un tercero, bien sea una institución pública o, a un particular debido a la gran envergadura del proyecto, así como a sus altas cifras de inversión y a la poca experiencia en el sector.
- Por último, el FilmPalace, no tendría relevancia, viabilidad y repercusión sin su variada oferta compuesta por un conjunto de actividades de carácter educativo y lúdico-recreativo, que aúnan en un mismo espacio el ocio, la cultura, la educación, etc. Por otro lado, dichas actividades se coronarían con una oferta complementaria de turismo gastronómico y activo en la ciudad y provincia de León, haciendo de este pionero centro cinematográfico todo un referente para la provincia, la comunidad autónoma y el país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y FUENTES CONSULTADAS:

ABC Comunidad Valenciana. (29 de septiembre de 2017), “*Mapa: una ruta con autocaravana por todos los escenarios de «Juego de Tronos» en España*”. Recuperado de: https://www.abc.es/espana/comunidad-valenciana/abci-mapa-ruta-autocaravana-todos-escenarios-juego-tronos-espana-201709291043_noticia.html.

Abigail, O. (5 de febrero de 2020). “*Promedio de consumo diario de televisión por comunidad autónoma España 2019*”. Recuperado de Statista en: <https://es.statista.com/estadisticas/480578/promedio-de-consumo-diario-de-television-en-espana-por-comunidad-autonoma/>.

Álvarez Benito, J.M. (2005). “*El cine leonés. Un estudio*”. León, INST. Leonés de Cultura. ISBN: 9788495702524.

Barcelona Turisme. (s.f.). “*La Barcelona de Woody Allen*”. Recuperado de: <https://www.barcelonaturisme.com/wv3/es/>.

Bonet, Ll., Castañer, X. & Font J. (2006). “*Gestión de proyectos culturales, Análisis de casos*”. Recuperado de: Escuela de arte y superior de CRBC de León. Ariel Patrimonio.

Constitución Española. Boletín Oficial del Estado. (29 de diciembre de 1978). núm. 311, pp. 29313 a 29424. Recuperado de: <https://www.boe.es/boe/dias/1978/12/29/pdfs/A29313-29424.pdf>.

Cristobalena, A. (noviembre de 2006). “*Vacaciones en Roma*”. Recuperado el 24 de marzo de 2020, de Revista 80 días: <http://80dias.revista80dias.es/articulos/2006/11/vacacionesroma.html>.

DL, León. (28 de octubre de 2013). “*El cineasta leonés Samuel Gutiérrez pone punto final a ‘La sangre de Wendy’*”. Diario de León. Recuperado de: <https://www.diariodeleon.es/articulo/cultura/cineasta-leones-samuel-gutierrez-pone-punto-final-lsquo-sangre-wendy-rsquo/201310280400021386960.html>.

Fernández, F. (25 de septiembre de 2017). “*El Citroën Hullero*”. La Nueva Crónica. Recuperado de: <https://www.lanuevacronica.com/el-citren-hullero>.

Film Commission Castilla y León. (s.f.). recuperado el 9 de abril de 2020, de: <http://cultura.jcyl.es/web/jcyl/Cultura/es/Plantilla100/1284283397580/ / / .>

Gancedo, E. & Vidal, S. (4 de marzo de 2012). “Una tierra de película”. Diario de León. Recuperado de: <https://www.diariodeleon.es/articulo/revista/una-tierra-de-pelicula/201203040400001237725.html>.

González García, F. (1998). “Castilla y León en el Cine”. El Boletín. Barcelona, BCN, Spain.

Grau Lobo, L. (2007). “Plan museológico del Museo de León”. Recuperado de Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación, Ministerio de Cultura. <https://museoscastillayleon.jcyl.es/web/jcyl/MuseoLeon/es/Plantilla100Detalle/1258120720260/Publicacion/1258122099112/Redaccion>.

Hosteltur.com. (2013). “Turismo cinematográfico: 30 casos que han impulsado destinos”. Economía. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/125790_turismocinematografico-30-casos-han-impulsado-destinos.html.

Instituto Nacional de Estadística, (INE). (2020). “Instituto Nacional de Estadística”. Madrid. INE. Recuperado de: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981 .

León Noticias. (16 de noviembre de 2019). “León lidera el número de turistas con un incremento del 5% en nueve meses llegando a 1,24 millones de viajeros”. Recuperado de: <https://www.leonoticias.com/leon/leon-lidera-numero-turistas-nacionales-extranjeros-20191116121905-nt.html>.

Martín Lara, R. (2013). “El Fenómeno del Turismo cinematográfico”, (Trabajo Final de Grado). Universidad de Málaga, Facultad de Turismo. Recuperado de: <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/5871/Raquel%20Mart%C3%ADn%20Lara%20-%20TFG.pdf?sequence=1>.

Ministerio de Cultura y Deporte. (s.f.). CULTURABase. “*Estadísticas de cinematografía: Producción, Exhibición, distribución y Fomento*”. Recuperado de: <http://estadisticas.mecd.gob.es/CulturaJaxiPx/Datos.htm?path=/t20/p20/a2005//10/&file=T2001007.px&type=pcaxis>. NIPO: 822-19-038-3.

Miranda Miranda, J. J. (2004). “*El desafío de la Gerencia de Proyectos*”. Madrid: MM EDITORES.

Organización Mundial del Turismo (2019), Definiciones de turismo de la OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.

Querol Fernández, M. de los A. (2010). “*Manual de gestión del patrimonio cultural*”, (p. 57). Recuperado en formato digital PDF en: https://books.google.es/books?id=o_IUjEdHAyMC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false.

Ribacoba, M. (3 de abril de 2017). “*León se convierte en referente nacional de rodajes de películas, series y anuncios*”. La Razón. Recuperado de: <https://www.larazon.es/local/castilla-y-leon/leon-se-convierte-en-referente-nacional-de-rodaje-de-peliculas-series-y-anuncios-PJ14846328/>.

Roselló Cerezuela, D. (2017). “*Diseño y evaluación de proyectos culturales*”. (10ª Ed.). Recuperado de: Escuela de arte y superior de CRBC de León. Ariel Patrimonio.

Spain Film Commission. (s.f.). Recuperado el 11 de abril de 2020, de <http://www.spainfilmcommission.org/index/w.pr/>.

Spain Film Commission. (junio 2016). “*Declaración de Valladolid para el Desarrollo de una Estrategia española de Fomento del Turismo Cinematográfico*”. Recuperado de: [http://www.shootinginspain.info/uploads/files/Declaracio%CC%81n%20de%20Valladolid%20\(firmas\).pdf](http://www.shootinginspain.info/uploads/files/Declaracio%CC%81n%20de%20Valladolid%20(firmas).pdf).

Anexo 1:

Declaración de fomento de Turismo Cinematográfico:



**DECLARACIÓN DE VALLADOLID
PARA EL DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA ESPAÑOLA DE FOMENTO
DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO**

En Valladolid, reunidos los integrantes de la red española de film commissions y film offices integradas en Spain Film Commission, en presencia de los representantes de las instituciones públicas y corporativas concernidas, y agentes activos de la industria audiovisual y turística.

MANIFIESTAN

PRIMERO.- Que la denominada Industria de rodajes constituye ya un vector reconocible de la industria audiovisual española, que genera economía en el territorio y fomenta el empleo de profesionales cualificados de todos los subsectores participantes en un rodaje.

SEGUNDO.- Desde el inicio en el 1998 de la actividad de promoción y gestión de rodajes llevado a cabo por la red, España se ha situado como un destino líder en el rodaje de películas y series de televisión internacionales.

Este posicionamiento ha sido reforzado con la aprobación por el Ministerio de Hacienda, en vigor desde enero de 2015, a iniciativa de la Spain Film Commission, de un nuevo incentivo fiscal para impulsar los rodajes internacionales en nuestro país.

TERCERO.- Asimismo, los Ministerios de Industria, Energía y Turismo, y de Educación, Cultura y Deporte, han firmado un protocolo de actuación de promoción cultural y turística de España con el objetivo de promover España como plató, y explotar el territorio de los rodajes como destino de turismo cinematográfico.

El turismo cinematográfico, o turismo inducido a través del cine y la televisión, internacionalmente denominado Screen Tourism, es un fenómeno que crece en todo el mundo, y constituye un elemento esencial de la promoción de numerosos países como corolario de las estrategias nacionales de fomento de la cultura y el audiovisual.

Se trata de una nueva tipología del turismo que responde a un desplazamiento del interés de los nuevos consumidores culturales hacia las industrias creativas, y en particular las artes audiovisuales.

CUARTO.- No obstante, España en su conjunto aún no ha sabido aprovechar suficientemente este fenómeno pese a las importantes experiencias que ofrecen varias CC.AA, y a pesar del potencial de esta nueva forma de turismo cultural para impulsar campañas de promoción de los destinos para la creación de experiencias y productos turísticos innovadores basados en el cine y las series de televisión.

Del mismo modo, la industria audiovisual española no ha alcanzado todavía los puntos de coordinación y cooperación imprescindibles con la industria del turismo, que hagan del audiovisual un instrumento útil para estrategias de promoción de la industria turística y que justifique también la aparición de modelos de negocios e inversiones de ésta en la industria audiovisual.

Por estos motivos, las organizaciones firmantes suscriben la presente:

DECLARACIÓN

PRIMERO.- Promover la elaboración de un **Plan Estratégico Sobre Turismo Cinematográfico en España** como destino de turismo cinematográfico, en el que colaboren las instituciones públicas y las empresas españolas, tanto del sector turístico como del sector audiovisual.

SEGUNDO.- Iniciar los pasos conducentes a la creación de un **Clúster de turismo cinematográfico o turismo de pantalla (Screen tourism)** como instrumento de gestión de esta iniciativa, y con el objetivo de posicionar España como destino turístico basado en los valores de la creatividad, la cooperación y la excelencia, creando iniciativas específicas, estudios, etc. que contribuyan, también, al mejor desarrollo de la industria audiovisual y de los profesionales españoles.

Valladolid a 9 de junio de 2016.

[Handwritten signatures and names of representatives from various Spanish film commissions and tourism organizations.]

Dimitri Carré
SANTIGO DE COMPOSTELA FC

PA. ANTONIO CÁZARO CORDIÁN
COMISIÓN DEL CINE/FILM EN DE CASTILLA-LA MANCHA

Juan R. Guzmán
UNIONED FILM OFFICE

ERNESTO DEL RÍO
BILBAO/BILBAIA FC

RESA PORTELLA

CARLOS ROSADO
CARLUCCI
31186308X

www.shootinginspain.info

REYES CORDERO
TERRASSA

ROLDANO LAHA
Navarra FC
Euzelandia

EMILIO J. ALVAREZ
COMUNITAT VALENCIANA FC.
AV

ANGELA BOSCHI RIOS
Agrupación FCN (MURCIA)

Victor Laredo
Cantabria Film Commission

Pascual Martínez
Tenerife FC

Nerea Guzmán
TERRAS
GRAN CANARIA FILM COMIT.

Santa Scull
Agrupación
Navarra Film Commission

Anexo 2:

TFG – Daniel Gutiérrez García

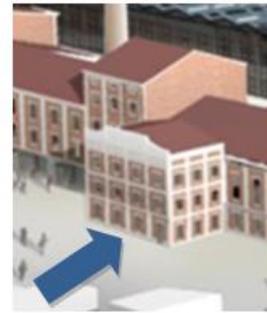
Jorge Martínez Montero

FilmPalace:

Turismo cinematográfico Liones y Diseño de un proyecto cultural.

Proyecto de Diseño Cultural

Lugar: Edificio de Santa Elvira, antigua Azucarera y futuro Palacio de Congresos de León.



Nombre: Centro cinematográfico: FilmPalace.

Servicios:

1ª planta	Creación de una escuela de interpretación.
2ª planta	Museo donde se encuentren elementos de rodajes llevados a cabo en León y su provincia, como por ejemplos, vestuario, guiones, enseres, utilería, atrezos, pantallas mostrando las escenas de las películas ubicadas en León, premios cedidos por actores de la provincia.
3ª planta	Auditorio donde poder representar obras teatrales, monólogos, etc., También donde poder comenzar a celebrar los Festivales de Cine y Televisión Reino de León.
Aparcamiento	Ofrece la posibilidad de llevar a cabo un Autocine durante la época del festival.

- Creación de una ruta de escenarios leoneses que hayan sido objeto de rodaje como de los potenciales escenarios planteados en el trabajo como otra línea estratégica de actuación.

Anexo 3:

Posibles circunstancias presupuestarias.

Se proponen 3 escenarios: el primero, se trata de un escenario positivo con una venta total de las entradas en las distintas actividades del centro, con un 100% de asistencia; la segunda circunstancia, un escenario más realista en donde se han vendido el 50% de las entradas y, por último, el tercer escenario, una situación negativa en donde solo se haya podido vender un máximo del 25% de las entradas.

1ª Circunstancia presupuestaria de FilmPalace – León.			
Concepto	Positiva. (100%)		
	Precio €	N.º entradas	Total
Alquiler Auditorio.	350€	180	63.000,00€
Museo cinematográfico provincial.	7,50€	345.600	2.592.000,00€
Escuela de Danza e Interpretación de León.	1.250€	75	93.750,00€
Ruta cinematográfica.	11€	10.800	118.800,00€
Autocine.	5,50€	63.720	350.460,00€
Beneficio / Perdida.	Total: (3.215.010,00 - 512.456,00) = 2.702.554,00 €.		
2ª Circunstancia presupuestaria de FilmPalace – León.			
Concepto	Realista. (50%)		
	Precio €	N.º entradas	Total
Alquiler Auditorio.	350€	90	31.500,00€
Museo cinematográfico provincial.	7,50€	172.500	1.293.750,00€
Escuela de Danza e Interpretación de León.	1.250€	38	47.500,00€
Ruta cinematográfica.	11€	5.400	59.400,00€
Autocine.	5,50€	31.860	175.230,00€
Beneficio / Perdida.	Total: (1.607.380,00 - 512.456,00) = 1.094.924 €.		
3ª Circunstancia presupuestaria de FilmPalace – León.			
Concepto	Negativa. (25%)		
	Precio €	N.º entradas	Total
Alquiler Auditorio.	350€	45	15.750,00€
Museo cinematográfico provincial.	7,50€	86.250	646.875,00€
Escuela de Danza e Interpretación de León.	1.250€	19	23.750,00€
Ruta cinematográfica.	11€	2.700	29.700,00€
Autocine.	5,50€	15.930	87.615,00€
Beneficio / Perdida.	Total: (803.690 - 512.456,00) = 291.234 €.		

Fuente: Elaboración propia.

Todos los escenarios planteados pueden darnos beneficios, por ello, el proyecto presenta un gran potencial y puede ser una herramienta necesaria para el desarrollo y difusión de la cultura a través del cine y del turismo.

*Cabe recordar que las cantidades escogidas son estimativas.

Anexo 4:

Plan de medios para la comunicación y difusión del proyecto.

Ejemplo de nota de prensa.



FilmPalace – León.
FilmPalaceLeón@gmail.com
987 24 21 2L

Nota de Prensa.

**Inauguración del primer centro cinematográfico autonómico,
FilmPalace – León.**

“Un legado a través del proyector”

Tras largos meses de espera, el primer centro cinematográfico de la comunidad autónoma de Castilla y León abre sus puertas al público, el acto tendrá lugar el día X de septiembre de 20XX, a las 20:00h de la tarde, en el FilmPalace - León, ubicado en el complejo del Palacio de Congresos de la capital leonesa. El acto estará presidido por el alcalde de León, el presidente de la Diputación provincial y el director de León Film Commission.

Este proyecto cultural se centra en exponer nuestros potenciales escenarios naturales que aún no han sido objeto de filmaciones y que servirían como una estrategia promocional para atraer a un mayor número de visitantes y turistas a la provincia leonesa. Otra de las finalidades se centra en dar una mayor visibilidad, tanto a las personas locales, como a los visitantes y turistas, de las producciones audiovisuales que se han llevado a cabo en la provincia de León a través de la creación de un museo de temática cinematográfica y también como una manera de dar a conocer el rico y variado patrimonio cultural, histórico y natural leonés con la creación de rutas cinematográficas.

Otro de los objetivos del proyecto consiste en la creación de un centro cinematográfico, denominado FilmPalace, ubicado en la ciudad española de León, con el fin de ofrecer a todas aquellas personas interesadas la posibilidad de enfocar su vida laboral a la interpretación con la creación de una escuela de interpretación y danza (EDILE) que sea puntera en España y también con el fin de ofrecer un servicio innovador que hasta entonces no existía en la provincia, como es el primer Autocine.

El proyecto se ha hecho realidad gracias a la colaboración para llevar a cabo este proyecto del Excmo. Ayuntamiento de León, la Diputación de León, la entidad de León Film Commission, el Museo de la Ciudad de León, el MUSAC y, el Instituto Leonés de Cultura.

Ejemplo de Merchandising	
<p>Etiquetas de precio con logo.</p>	<p>Vaso de café de una máquina del centro.</p>
	
<p>Botella de agua a la venta en el centro.</p>	<p>Bolsas de compra utilizadas por el museo.</p>
	
<p>Polos utilizados por el personal del centro.</p>	<p>Futura aplicación para el móvil.</p>
	

Fuente: Elaboración propia.