

CASTILLA Y LEÓN COMO EJEMPLO DE REGIÓN TURÍSTICA DE INTERIOR

José-Ángel MIGUEL DÁVILA
Área de Organización de Empresas
Universidad de León

RESUMEN

Castilla y León es una de las principales regiones de interior españolas que presentan un atractivo y potencial turístico como lo demuestran los principales indicadores sobre turismo. El desarrollo turístico experimentado gracias a aspectos como el progreso de los medios de transporte, el crecimiento de la industria hotelera, la mayor renta y disponibilidad de tiempo libre de los turistas, las políticas de promoción de la región a través de unos modernos y cada vez más rápidos medios de comunicación (ferias, internet, ...) han convertido a Castilla y León en uno de los principales destinos turísticos desde hace unos lustros.

El turismo adquiere cada día mayor complejidad, y lo que en un principio eran movimientos de turistas que buscaban sólo sol y playa, son en la actualidad movimientos especializados en busca de otro tipo de sensaciones, cada vez más exigentes y con propensión a no ser un turismo tan estacional.

Este turismo ha tenido efectos negativos y positivos sobre el territorio (impactos irreversibles del medio ambiente, desigualdades, etc.), efectos sobre el tejido social (puestos de trabajo directos e indirectos, migraciones, etc.), efectos sobre la economía (mayores niveles de renta de las regiones, creación de servicios alrededor de la industria del turismo,...). Son los efectos positivos, y sobre todo los efectos socioeconómicos, los que incitan a los diferentes agentes que intervienen (empresarios, trabajadores, gestores públicos,...) a promocionar sus importantes recursos y potenciar la creación de todo tipo de infraestructura hotelera y de servicios. Además, a medida que el turismo tiene mayor presencia en un territorio se observan mejores niveles de infraestructuras y servicios que benefician no sólo a los clientes, sino también a sus ciudadanos, al tiempo que suelen tener un mayor nivel de renta.

El presente trabajo analiza algunos de estos factores mencionados que influyen en la economía de Castilla y León. El turismo en esta región aporta ya aproximadamente un 8% al PIB de la región y genera 50.000 empleos directos. En concreto, a través de las estadísticas aportadas por la Junta de Castilla y León, en sus vertientes de oferta (de alojamientos turísticos) y demanda (por parte de los turistas), se examina la evolución de algunos indicadores turísticos y se profundiza en la realidad turística de la región, para sacar unas conclusiones con las que observar el futuro de Castilla y León con optimismo.

1. INTRODUCCIÓN

Definir el turismo es una tarea compleja por tratarse de un “sector” que afecta a un número amplio de actividades productivas y que, como toda actividad horizontal, se puede estudiar desde distintos puntos de vista: económico, político, sociológico, medioambiental... Según sea la óptica que se adopte para su estudio, se llegará a una definición del concepto de turismo diferente. Según la definición adoptada por la Organización Mundial de Turismo el turismo se define como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (OMT).

El turismo está jugando un papel cada vez más importante en las economías mundiales o regionales. La cuota que representa el conjunto de actividades turísticas en la actividad económica en la mayoría de los países o regiones es creciente, y la tendencia es que va a seguir ocurriendo así en los próximos años. Asimismo, la actividad turística ha sido reconocida por la Comisión Europea por su potencial para crear empleo tanto directo como indirecto. En los últimos años la industria turística no sólo ha aumentado su oferta de servicios y productos, sino que ha modificado su estructura operativa con la diversificación de los mismos, la especialización de los mercados, la introducción de cambios en las técnicas de mercado, la modificación de las estructuras empresariales, así como la introducción de innovaciones tecnológicas.

Nuestra Comunidad no es ajena a este proceso pues cuenta con una variada y diversificada oferta turística que la convierte cada vez más, en destino turístico seleccionado por los turistas. En los últimos años, se han ido incorporando nuevas modalidades de ofertas turísticas como el Turismo Rural, Deportivo y Aventura, Religioso, Cultural, y se han revitalizado el Turismo Termal, de Congresos, Ferias y encuentros empresariales, que aunque todavía no tienen mucho peso en las cifras globales, es muy interesante porque ayudará a romper la estacionalidad, asignatura pendiente del turismo en nuestra Comunidad, y además supone una alternativa económica en zonas poco favorecidas en términos de desarrollo.

Sin embargo, la gran dispersión de nuestra oferta, atendida en su mayoría por empresas de pequeño tamaño, y/o de carácter familiar origina una dificultad a la hora de promocionar y comercializar los productos turísticos.

2. OFERTA

Una de las formas de análisis de los efectos del turismo más completa, es la clasificación e identificación de los efectos que elaboró la Organización Mundial del Turismo en 1980, de cara a considerar el lugar que ocupa el turismo en el comercio y en las economías nacionales y por extensión a las economías regionales. La OMT establece tres tipos de efectos:

- a) Los efectos sobre la estrategia del desarrollo turístico o efectos globales, basados en:
 - ✓ Efectos globales sobre la economía regional (actividad motora).

- ✓ Efectos sobre la dependencia exterior y sobre el nuevo orden económico internacional.

b) Los efectos parciales sobre la economía regional, es decir, sobre los agentes, los sectores, las variables y las macro dimensiones de la economía regional, basados en:

- ✓ Efectos sobre la producción. Efecto multiplicador sobre los otros sectores productivos en relación con el turismo.
- ✓ Efectos sobre el empleo.
- ✓ Efectos sobre las tasas de cambio.
- ✓ Efectos sobre la oferta monetaria y la rapidez de circulación monetaria.
- ✓ Efectos sobre las tasas de cambio.
- ✓ Efectos sobre los gastos públicos.
- ✓ Efectos sobre la inflación.
- ✓ Efectos sobre la especulación del suelo.
- ✓ Efectos sobre la distribución de la renta.
- ✓ Efectos sobre el desarrollo regional.
- ✓ Efectos sobre el medio rural.
- ✓ Efectos sobre el movimiento demográfico.

c) Efectos externos que, en el terreno sociocultural, en el terreno físico y en el terreno de los recursos humanos, están más próximos de los efectos económicos. Estos se basan:

- ✓ Efectos sobre el medio ambiente.
- ✓ Efectos sobre la formación profesional.
- ✓ Efectos sobre los hábitos de consumo.
- ✓ Efectos sobre los cambios sociales y culturales.

Dentro del análisis del impacto económico del turismo a nivel regional, y considerando la magnitud del citado estudio, planteamos un análisis aproximado de la influencia que el crecimiento de la oferta de alojamiento turístico, puede tener en la creación de oferta turística complementaria como puede ser en empresas dedicadas a la restauración y a la intermediación, así como en la generación de empleo directo. Se observa cómo la actividad turística influye sobre la producción de otras muchas actividades relacionadas con el sector servicios y no expresamente turísticas (servicios a las empresas, comercio minorista/mayorista, servicios a los hogares, comunicaciones, etc.) y además presenta un efecto de arrastre sobre actividades de otros servicios económicos.

Nos centramos en el sector de alojamiento porque constituye uno de los principales componentes de la oferta turística y supone una infraestructura básica si se pretende retener a los visitantes de nuestra Comunidad. Al mismo tiempo, de entre las empresas enmarcadas en el sector turístico, son las que prestan sus servicios fundamentalmente al turista independientemente de la motivación que le lleve a viajar y requieren de una inversión relativamente importante (en función del tamaño), crean mayor número de puestos de trabajo en relación con otro tipo de empresas turísticas (ej. agencias de viaje) y generan una mayor demanda derivada.

Existen distintas modalidades en la oferta de alojamiento. Por un lado, la oferta hotelera que comprende: hoteles, apartahoteles, hostales, pensiones, paradores y hospederías; y por otro, la oferta extrahotelera compuesta por: apartamentos, campings, refugios, albergues, viviendas de Turismo Rural y fundamentalmente segundas residencias.

2.1. Alojamiento Hotelero

Actualmente, el turismo en nuestra Comunidad se encuentra en una fase de crecimiento y en pleno proceso de reestructuración enfocado simultáneamente a un aumento de oferta y a una mejora de calidad tanto en instalaciones como en servicios.

Castilla y León como región de interior ofrece al turista un rico patrimonio cultural con ramificaciones en varias vertientes. A ello se le une su situación geográfica que la convierte en uno de los espacios naturales más bellos de Europa o lo que es lo mismo en una comunidad rica en patrimonio ambiental. De ahí las medidas dirigidas a promover el desarrollo y consolidación de determinadas tipologías turísticas con mejores perspectivas en la Comunidad dadas las características de nuestros recursos; en concreto, turismo rural, histórico-monumental, artístico-cultural, folklórico-gastronómico, deportivo, natural y paisajístico.

Los datos de evolución de las empresas y establecimientos turísticos son los mejores referentes para evaluar el resultado de las acciones llevadas a cabo en aspectos como actualización de la regulación, fomento mediante apoyo financiero o difusión de la oferta, entre otros. Así, durante estos últimos años se ha producido un aumento constante del número de establecimientos de alojamiento turístico de nuestra región (ver cuadro 1). En cuanto al número de plazas, el comportamiento ha sido similar. Asimismo, puede indicarse que se ha producido un crecimiento importante de los establecimientos de restauración. Por su parte, y en relación con las agencias de viajes, resalta el enorme crecimiento del número de empresas y sucursales, aun cuando todavía se centran más en la emisión de viajeros de Castilla y León hacia otras regiones, que al desarrollo del turismo receptivo.

Cuadro 1.- Evolución de la oferta hotelera (datos a 31-12 de cada año)

Año	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Hoteles	262	267	279	291	304	323	340	369
Hostales	572	596	610	625	632	658	684	696
Pensiones	625	614	598	560	546	534	517	508
Total	1459	1477	1487	1476	1482	1515	1541	1573

Fuente: Boletines de Coyuntura Turística que publica la Consejería de Industria, Comercio y Turismo de la Junta de Castilla y León.

El volumen de la oferta de alojamientos turísticos en la modalidad de hoteles todavía es insuficiente para hacer frente al crecimiento de la demanda. Así parece haberlo entendido el sector inmobiliario turístico que en los últimos 3 años se han construido 70 hoteles aproximadamente. Aún así, la participación de Castilla y León en la oferta de alojamiento nacional es todavía inferior a la de otras Comunidades Autónomas con mayor peso turístico. Las capitales de provincia y poblaciones importantes tienen básicamente cubiertas las necesidades habituales de alojamiento, aunque no en períodos de máxima demanda (temporada alta) o momentos puntuales (fiestas y celebraciones importantes). La falta de alojamientos se produce sobre todo en poblaciones de pequeño tamaño, con insuficiente potencial endógeno para aprovechar los recursos turísticos disponibles. En ocasiones, éstos se encuentran dispersos y alejados de núcleos de población de cierta entidad, por lo que no es fácil disponer de servicios turísticos en las inmediaciones. El auge del turismo rural ha venido a paliar en cierta medida esta situación, pero el problema sigue persistiendo.

Los hoteles representan el 23% de la oferta hotelera castellano y leonesa, con una capacidad de casi el 53% de las plazas hoteleras. La mitad se encuentra en las provincias de

Burgos, León y Salamanca con un 54% de las mismas seguido de cerca por Valladolid con el 14% de las plazas. Debemos matizar que el número de establecimientos aumenta según va disminuyendo la categoría de los mismos. De todas formas no nos engañemos con las cifras ya que la calidad media de los hoteles de tres estrellas de Castilla y León así como de otras zonas interiores, en lo que al número y al nivel de servicios se refiere, es notablemente superior al que ofrecen hoteles de idéntica categoría en las zonas costeras.

Los hostales, que suman casi 700 establecimientos, representan un 44% del total de oferta hotelera castellano y leonesa, así como el 48% de sus plazas. También Burgos, León y Salamanca están igualadas con alrededor del 17% de establecimientos mientras que el resto se distribuye en porcentajes similares entre las restantes provincias.

La siguiente figura con peso significativo dentro de la modalidad hotelera son las pensiones que con aproximadamente 500 establecimientos suponen el 32%. Ahora bien, las pensiones, en consonancia con la elevación de los estándares de exigencia de la demanda, han experimentado una recesión importante en la última década en el número de establecimientos y plazas.

Estos datos se ven favorecidos por una serie de estrategias que se han seguido desde diferentes ópticas y organismos (BOCYL miércoles 16 de enero de 2002):

La estrategia de *Mejora de la Calidad de la Oferta* se ve reflejada en la evolución por tipologías y categorías. Dicha estrategia dedica especial atención a la formación, motivada por el convencimiento de la importancia del incremento de la profesionalización y reciclaje de los empleados, como factor clave de la calidad y competitividad. En consecuencia, esta materia fue objeto de un desarrollo específico a través del Plan de Formación, aprobado por Orden de 10 de junio de 1996, de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo. En el Programa de Formación se hace una breve referencia a las medidas llevadas a cabo, así como a la filosofía que las ha presidido.

De forma similar, otra estrategia, la de *Mejora de los Servicios Públicos y de los entornos urbanos* constaba de dos Programas de actuación: Acondicionamiento de los espacios rurales y naturales y mejora de las infraestructuras básicas, y mejora de los servicios públicos. Las acciones previstas en estos programas se corresponden en buena medida con atribuciones propias de las entidades locales o de otros órganos de la Administración, de ahí que las actuaciones de la Administración Turística Regional, en virtud de sus competencias específicas, haya estado presidida por el principio de cooperación y coordinación con dichas Entidades. En la práctica, la realidad ha ido más allá de lo previsto en estos programas, como consecuencia de un avance importante en la concepción del papel de la Administración turística en el acondicionamiento y mejora de los destinos turísticos, representada por una visión más completa de los mismos, que ha permitido adoptar programas integrales de actuación en municipios con vocación turística.

La Estrategia de *Divulgación de la Imagen Turística*, estaba orientada fundamentalmente a conseguir mayores niveles de demanda turística y cuotas en los mercados emisores y la divulgación de una adecuada imagen turística de Castilla y León mediante un Plan de Promoción Integral. En aplicación de ese Plan Integral, que fue elaborado y aprobado en el año 1996, se han multiplicado las actuaciones de promoción y difusión turística. Resaltar en este apartado el incremento en los últimos años de las ferias de turismo a las que acude la Junta de Castilla y León, la potenciación de las acciones concertadas del sector privado en materia de comercialización, y la mayor importancia otorgada a las presentaciones y jornadas de comercialización organizadas en origen, incluso en mercados lejanos, potencialmente emisores.

Las Estrategias de *Preservación de los Recursos Naturales y Paisajísticos* y *Conservación y Recuperación del Patrimonio* recogen medidas muy genéricas que inciden en

gran medida en las competencias atribuidas a otros órganos de la Administración regional competentes en materia de medio ambiente o patrimonio. Puede decirse que esa circunstancia ha tenido como consecuencia positiva el que esos centros directivos hayan tenido en cuenta en el ejercicio de sus atribuciones el interés turístico y que se haya profundizado la interrelación y coordinación con los responsables turísticos.

Finalmente, la Estrategia de *Ordenación Turística del Territorio*, contempla actuaciones en tres Programas, y ha estado condicionada por la función general de planificación regional de ordenación del territorio. No puede haber una ordenación turística del territorio ajena o independiente de la ordenación territorial del conjunto de las actividades económicas en el ámbito de Castilla y León. Por tanto, la misión principal de la Administración Turística es, y así ha sucedido, colaborar en el proceso de puesta en marcha de elaboración de las Directrices de Ordenación Territorial, que son el instrumento que servirá para sintetizar y orientar la política territorial de la Comunidad, de acuerdo con las distintas políticas sectoriales. La implicación de la Administración Turística en ese proceso es esencial, a fin de que se tengan en cuenta las posibilidades de desarrollo del sector turístico regional.

2.2. Alojamiento Extrahotelero

La oferta extrahotelera está compuesta por apartamentos, campings, refugios, albergues, viviendas de Turismo Rural y segundas residencias. Haremos referencia principalmente a los camping y a las casas rurales por la importancia que tienen en la actualidad.

La oferta de alojamiento al aire libre está constituida básicamente por campings, modalidad que presenta una trayectoria de crecimiento ascendente, concentrándose fundamentalmente en las provincias de Ávila, Burgos, León y Salamanca con el 73% de los establecimientos y el 70% de las plazas, siendo la mayor parte de segunda categoría (cuadro 2).

Cuadro 2.- Número de establecimientos y plazas de campings (datos a 31-12-2001)

Nº de establecimientos										
Año	Ávila	Burgos	León	Palencia	Salamanca	Segovia	Soria	Valladolid	Zamora	Total
1ª Cat.	1	4	3	0	1	1	4	3	0	17
2ª Cat.	11	13	28	5	18	4	5	1	7	92
3ª Cat.	3	0	1	0	0	0	0	3	1	5
Total	15	17	32	5	19	5	9	4	8	114
Nº de plazas										
Año	Ávila	Burgos	León	Palencia	Salamanca	Segovia	Soria	Valladolid	Zamora	Total
1ª Cat.	528	2431	1135	0	745	384	2912	1272	0	9407
2ª Cat.	4319	5061	7510	1659	5554	1129	1588	144	3708	30672
3ª Cat.	2313	0	140	0	0	0	0	0	160	2613
Total	7160	7492	8785	1659	6299	1513	4500	1416	3868	42692

Fuente: Boletines de Coyuntura Turística que publica la Consejería de Industria, Comercio y Turismo de la Junta de Castilla y León.

Respecto al alojamiento de carácter rural, conviene detenerse con más atención por la importancia que tiene este sector en la actualidad de cara al futuro. Castilla y León es rural por

excelencia y por ello es un lugar ideal para practicar este tipo de turismo. Cerca del 54% (cuadro 3) de establecimientos se concentran en la provincia que cuentan con zonas de alta montaña así como zonas de alto valor ecológico (Ávila, León y Salamanca).

Cuadro 3.- Número de establecimientos de turismo rural (datos a 31-12-2001)

Nº de establecimientos y plazas										
	C.R.A.C.		C.R.A.		Po		C.T.R.		Total	
	Est.	Pl.	Est.	Pl.	Est.	Pl.	Est.	Pl.	Est.	Pl.
Ávila	12	104	162	941	7	80	11	277	192	1402
Burgos	41	296	66	499	8	187	16	289	131	1271
León	33	249	141	785	3	58	41	818	218	1910
Palencia	12	94	93	596	5	170	10	164	120	1024
Salamanca	20	126	125	724	3	59	18	317	166	1226
Segovia	14	120	39	233	8	128	19	360	80	841
Soria	25	211	25	165	8	159	5	130	63	665
Valladolid	4	29	26	180	2	36	9	131	41	376
Zamora	11	83	30	187	2	22	14	265	57	557
Total	172	1312	707	4310	46	899	143	2751	1068	9272

Notas: C.R.A.C.: Casa Rural de Alojamiento Compartido C.R.A.: Casa Rural de Alquiler
Po: Posadas C.T.R.: Centros de Turismo Rural

Fuente: Boletines de Coyuntura Turística que publica la Consejería de Industria, Comercio y Turismo de la Junta de Castilla y León.

De las tipologías turísticas que realizaba el Plan Regional de Desarrollo Turístico, se hacía especial hincapié en un tipo emergente de turismo: el turismo rural. El Plan contenía el desarrollo de un Programa de Turismo Rural, con una previsión de 500 establecimientos de alojamiento turístico rural al final del período. En este momento existen en la Comunidad aproximadamente 1100 establecimientos de las cuatro modalidades con un total aproximado de 9300 plazas.

Este tipo de turismo ha merecido una atención preferente a lo largo de estos años, empezando por la ordenación de la actividad de alojamiento de Turismo Rural de acuerdo con criterios de calidad.

La oferta turística rural ha de adaptarse a las exigencias de la demanda, pero se ha de tener en cuenta que la oferta turística no está compuesta por recursos naturales, sino que es un conjunto de alojamientos, instalaciones, estructuras de ocio y recursos naturales y arquitectónicos existentes. En este sentido, aunque es posible afirmar que la oferta turística rural castellana y leonesa es rica y variada en cuanto a recursos naturales y arquitectónicos, no puede decirse lo mismo en sus restantes componentes, sobre todo en alojamiento y estructura de ocio.

3. DEMANDA

Según los datos recogidos en la encuesta de ocupación hotelera, el número de viajeros que pernctaron a lo largo del año 2001 en España asciende a 59.904.302 (cuadro 4). En la Comunidad Autónoma de Castilla y León fueron 3.668.658, es decir, aproximadamente un 6%

del total nacional. En cuanto a la procedencia de los viajeros se mantiene la estructura de años anteriores; mientras en España los viajeros extranjeros representan casi el 45% (27.012.001), la proporción en Castilla y León es del 18% (685.087 extranjeros).

Cuadro 4.- Número de viajeros y pernoctaciones en España y Castilla y León
(resumen de los años 1999, 2000 y 2001)

	Viajeros			Pernoctaciones			Estancia media
	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	
TOTAL ESPAÑA 2001	59.904.302	32.892.301	27.012.001	228.681.570	85.260.967	143.420.603	3,82
Castilla y León	3.668.658	2.983.571	685.087	6.191.806	5.189.244	1.002.562	1,69
Ávila	268.212	230.286	37.926	404.507	353.075	51.432	1,51
Burgos	659.702	461.996	197.706	990.816	746.504	244.312	1,50
León	632.443	549.200	83.243	1.000.430	890.828	109.602	1,58
Palencia	218.776	177.000	41.776	399.497	333.536	65.961	1,83
Salamanca	688.477	535.103	153.374	1.259.903	1.029.050	230.853	1,83
Segovia	327.856	261.301	66.555	589.883	477.911	111.972	1,80
Soria	166.160	150.591	15.569	313.895	289.933	23.962	1,89
Valladolid	465.318	397.144	68.174	859.072	725.516	133.556	1,85
Zamora	241.713	220.952	20.761	373.805	342.893	30.912	1,55
TOTAL ESPAÑA 2000	59.282.522	32.132.992	27.149.531	227.143.571	83.381.971	143.761.600	3,83
Castilla y León	3.579.056	2.885.023	694.033	5.942.225	4.951.055	991.170	1,66
Ávila	240.815	201.407	39.408	385.014	327.992	57.022	1,60
Burgos	619.500	442.905	176.595	906.612	687.090	219.522	1,46
León	665.086	574.529	90.557	1.021.628	900.540	121.088	1,54
Palencia	210.950	173.010	37.940	368.242	317.442	50.800	1,75
Salamanca	683.832	512.437	171.395	1.214.666	967.587	247.079	1,78
Segovia	324.897	250.956	73.941	563.482	449.698	113.784	1,73
Soria	173.265	158.953	14.312	340.571	317.511	23.060	1,97
Valladolid	449.897	381.534	68.363	800.489	676.079	124.410	1,78
Zamora	210.818	189.293	21.525	341.516	307.113	34.403	1,62
TOTAL ESPAÑA 1999	58.588.944	31.789.684	26.799.260	230.539.639	81.503.642	149.035.995	3,93
Castilla y León	3.483.620	2.839.366	644.254	5.648.230	4.753.392	894.838	1,62
Ávila	227.266	191.039	36.227	355.272	304.373	50.899	1,56
Burgos	634.345	451.036	183.309	904.169	687.061	217.108	1,43
León	594.370	514.235	80.135	942.661	835.654	107.007	1,59
Palencia	233.329	202.635	30.694	381.310	341.092	40.218	1,63
Salamanca	626.034	479.190	146.844	1.110.540	899.975	210.565	1,77
Segovia	324.276	258.943	65.333	534.771	435.465	99.306	1,65
Soria	187.637	173.498	14.139	313.899	292.076	21.823	1,67
Valladolid	451.033	382.924	68.109	773.441	652.922	120.519	1,71
Zamora	205.329	185.864	19.465	332.163	304.772	27.391	1,62

Fuente: INE.

Siguiendo con la Encuesta de Ocupación Hotelera, el indicador de pernoctaciones generadas por viajeros en establecimientos hoteleros españoles tiene más significación que el número de viajeros pues mide el volumen de demanda y negocio hotelero. Este indicador ha alcanzado en Castilla y León la cifra de 6.191.806 en el año 2001 y cuyo peso en el total nacional es aproximadamente del 2,7%. Su evolución durante los últimos años ha sido positiva, aunque se ha producido una ralentización en el ritmo de crecimiento. Respecto a la procedencia

geográfica se aprecia el incremento en el peso relativo de los viajeros extranjeros respecto al total en el caso castellano y leonés (casi 100.000 pernoctaciones más del año 1999 al 2000, pero sólo 11.000 pernoctaciones más desde el 2000 al 2001) quizás motivado por el contexto internacional producido por una ligera recesión tras los acontecimientos del 11 de septiembre. Este mismo hecho puede haber favorecido el desarrollo de un turismo nacional (de 1999 a 2000 se han obtenido 200.000 pernoctaciones más y 240.000 pernoctaciones del 2000 al 2001; de forma similar, el número de viajeros españoles fueron 46.000 viajeros más de 1999 a 2000 y 100.000 viajeros más de 2000 a 2001). Esto además se comprueba en encuestas parciales por trimestres donde se observa un incremento en el último trimestre de las pernoctaciones superior a los dos trimestres anteriores y al nivel nacional.

Como consecuencia de la evolución de las variables descritas, la estancia media en establecimientos hoteleros castellano y leoneses ha presentado una trayectoria diferente en las distintas provincias y en los años, estando en cualquier caso en todas las provincias muy por debajo de la media nacional. Mientras que la media nacional se sitúa en 3,82 noches por viajero, la de nuestra Comunidad está en 1,69 noches. Este último resultado es determinado por el comportamiento del turismo en las provincias de Ávila, Burgos, León y Zamora que registra una estancia media entorno a 1,5 noches mientras que el resto de provincias se sitúa cerca de 2 noches de pernoctación.

Buena parte de los comportamientos analizados se deben a que podemos considerar nuestra comunidad como deficitaria de visitantes que no sean los propios castellano y leoneses. Así tenemos mayoritariamente un tipo de turista que podemos definir como visitante de un día o turista de tránsito hacia otras comunidades sin que aprovechemos nuestra situación geográfica privilegiada, pues Castilla y León se sitúa cerca de las grandes comunidades emisoras de turistas como Madrid.

3.1. Últimas tendencias de la oferta de alojamiento

Los datos sobre el número de visitantes y la ocupación hotelera no deja lugar a dudas: la temporada 2002 marcará una inflexión en el hasta ahora crecimiento sostenido del turismo de Castilla y León. Como argumenta Gómez (2002), el sector se enfrenta al peor ejercicio desde 1995. Los ingresos de la industria turística cayeron hasta abril de 2002 en la balanza de pagos un 7,2% con respecto al pasado año. Y las cifras desde junio, mes de inicio del periodo estival, siguen con una fuerte tendencia a la baja. Los empresarios no ponen en duda que al final de año se cumplan los objetivos de consolidar los 50 millones de turistas, pero advierten del riesgo que pueden correr los ingresos.

Cabría esperar, –en eso confiaban las empresas– que el repunte se produjera con las reservas de última hora de julio. Pero también los datos de este mes no han sido muy alentadores aunque en el caso de Castilla y León menos acusado que en otras comunidades autónomas. Así, en junio de 2002, el descenso es particularmente acusado en Baleares, Canarias, Comunidad Valenciana o Andalucía (destinos tradicionales de sol y playa), con recortes de entre un 7 u 8 % respecto a junio del año 2001. Esta tendencia es menos acusada en nuestra comunidad, reflejo de la especialización y diferenciación; de esta forma, el grado de pernoctación en nuestra Comunidad ha experimentado un incremento del 0,85%

Las causas de la crisis del turismo en nuestro país y por extensión en nuestra Comunidad hay que buscarlas, en primer lugar, en las dificultades económicas por las que atraviesan los países de origen de los visitantes, sobre todo Alemania y el Reino Unido, además del impacto mundial del 11-S.

En segundo lugar –y esto es lo que debería ocupar y preocupar al sector turístico en Castilla y León–, con las tensiones inflacionistas provocadas por el euro, se ha convertido en una comunidad cara incluso para los europeos, sin que la calidad de la oferta haya mejorado. Hoy en día existen destinos más competitivos para los que buscan un turismo de interior.

No estamos ante una crisis sectorial sin más. La coyuntura es grave porque el turismo debía haberse convertido en nuestra principal fuente de ingresos si hubiésemos aprovechado todo nuestro potencial. Nada peor que cerrar los ojos a esta realidad y no empezar a pensar de inmediato en aprovechar las potencialidades que Castilla y León tiene como destino de turismo de interior por su gran patrimonio histórico-artístico, una vez que la fórmula de sol y playa parece agotada.

4. TENDENCIAS TURÍSTICAS MÁS IMPORTANTES

El turismo ha cambiado. Se están acabando los clientes no diferenciados, los paquetes homogéneos, los consumidores que buscan exclusivamente sol y playa. Cada vez más, nos encontramos con clientes mejor informados, más exigentes, que demandan experiencias llenas de calidad (en el servicio, en las actividades, en la información, etc.) además de desear encontrarse en entornos naturales y culturales diferentes a sus habituales. Es decir, en la actualidad, la conservación del patrimonio y del entorno natural es parte inseparable de la actividad turística, a diferencia de otro tipo de actividades industriales o comerciales; en el caso del turismo es absolutamente necesaria la compatibilización del uso de los recursos naturales con su conservación.

Desde hace dos décadas, estamos viviendo un período de transformación donde los planteamientos que el turista realiza a la hora de planificar su viaje de ocio y vacacional han cambiado, lo que ha conducido a un cierto estancamiento del turismo de masas y a un crecimiento rápido de un turismo más flexible y personalizado. Estas nuevas demandas de los turistas son las que se han de tener en cuenta para desarrollar el sector, sobre todo en regiones como Castilla y León, donde esta actividad debe convertirse en uno de los motores del progreso y desarrollo económico así como del entramado social. Por ello, también las autoridades locales deben estar al día respecto de las tendencias principales del turismo internacional, nacional, regional y local a fin de planificar un desarrollo turístico que satisfaga las expectativas de los turistas y logre la sostenibilidad del sector.

De una forma resumida, a continuación se presentan algunas tendencias que pueden marcar el devenir del sector turístico en Castilla y León:

- Viajes vacacionales cada vez más cortos pero más frecuentes. Esto no quiere decir que disminuya significativamente la costumbre de organizar el viaje en temporada de verano con un “paquete turístico”, sino que cada vez es más habitual que los viajes se organicen de forma independiente y que el período vacacional se divida. Esto ofrece la posibilidad de que se desarrollen nuevos destinos turísticos. La planificación se realiza

contemplando la posibilidad de hacer segundas y terceras vacaciones. Es decir, se acortan las vacaciones principales a favor de otras opciones.

- Número cada vez mayor de turistas fuertemente preocupados por el estado de conservación del entorno y el patrimonio, exigiendo un mayor control sobre aspectos como la calidad ambiental. Aumentan, por lo tanto, los destinos turísticos basados en la calidad y en el cuidado del medio ambiente.
- Turistas cada vez más activos. Crece el número de turistas que en sus vacaciones buscan realizar actividades deportivas, recreativas, culturales, de conocimiento histórico o de naturaleza. Prueba de ello es el gran número de empresas que se han constituido para ofrecer servicios de descenso de barrancos, parapente, rafting, hípica, guías de montaña, escalada, etc. La aparición de estas empresas, cuyos emprendedores y trabajadores suelen ser jóvenes, es uno de los fenómenos más interesantes y positivos que ha traído consigo este nuevo tipo de turismo.
- Turistas más exigentes. El hecho de que cada vez se viaje más, hace que el turista sea cada vez más consciente de que el gasto que realiza debe traducirse en una relación calidad / precio correcta, exigiendo que las instalaciones y servicios sean plenamente satisfactorios.
- Búsqueda de nuevas sensaciones en espacios rehabilitados. Consecuencia de la llegada de este nuevo turismo respetuoso con el medio ambiente, experimentado, conocedor de sus derechos y exigente en la relación calidad / precio, es el proceso de modernización y puesta al día de instalaciones y complejos hosteleros antiguos. Alguna de estas rehabilitaciones o renovaciones se está realizando de una manera exquisita, aportando al cliente sensaciones difícilmente repetibles en su vida cotidiana y trasladándole virtualmente a un espacio y tiempo anterior. Por ejemplo, pasar una noche en el torreón de un castillo o en las mazmorras de una fortaleza.
- Nacimiento de nuevos destinos y nuevos productos turísticos. Ello hace que se incrementen las posibilidades de que una zona, comarca o provincia sea considerada turísticamente atractiva. Por el contrario, esto puede provocar también más competencia.
- Nuevo segmento de pre jubilados. El hecho de que progresivamente se haya adelantado la edad de jubilación ha traído como consecuencia que sean cada vez más numerosas las personas retiradas activas que viajan, muchas de ellas con una desahogada posición económica. De forma similar, la desaparición de barreras arquitectónicas en edificios facilita que muchos discapacitados puedan viajar como turistas.
- Cambios culturales producidos en las sociedades de la información. Los cambios que se están produciendo en la actualidad han transformado la interrelación ocio – trabajo. El turismo está dejando de ser exclusivamente una “vía de escape” a la vida cotidiana para convertirse en una experiencia enriquecedora.
- No debemos olvidar, por último, la importancia que cada vez más tienen los avances tecnológicos y de telecomunicaciones. El acceso a servicios como Internet o simplemente la posibilidad de realizar el pago por tarjeta electrónica o contratar una reserva va a ser fundamental.

Todas estas tendencias han de ser consideradas en el momento de planificar las actividades, empresas y servicios en el sector turístico. Alguna de las tendencias antes descritas va a determinar en un futuro la elección de una zona, la decisión de contratar un servicio, la

selección de un hotel, etc. La satisfacción del cliente consistirá en cubrir las expectativas que el turista tenga cuando se decida a contratar un servicio.

Pero los factores que determinan la satisfacción de un turista comienzan ya antes del viaje; una información detallada, y sobre todo verdadera, hace que el viaje “empiece bien”, mientras que una información falsa o engañosa, tarde o temprano, producirá insatisfacción, cuando no irritación en el turista. Posteriormente, durante el viaje, muchos son los factores que van a influir en que las vacaciones sean plenamente satisfactorias; por ejemplo, una naturaleza bien conservada, una relación calidad / precio adecuada o un servicio correcto.

Y si esto se consigue, se habrá dado el primer paso hacia la lealtad del cliente, bien para que el cliente repita o bien, para que realice una publicidad positiva boca-oído.

5. CONCLUSIONES

En estos últimos años se ha observado un cambio de mentalidad en los turistas, el retroceso de las tradicionales modalidades como el turismo de sol y playa ha sido paralelo a la búsqueda de fórmulas nuevas en las que lo exótico y lo diferente se añan con la búsqueda de la naturaleza, de los recursos histórico-patrimoniales y los valores culturales tradicionales.

Es así, como ciertos espacios interiores españoles, y más concretamente de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, claramente olvidados en su vertiente turística han adquirido una importancia inusitada, convirtiéndose en territorios con una oferta potencial de primer orden con el añadido de ser relativamente asequibles.

Las nuevas formas de turismo (rural, cultural, deportivo y aventura, termal, de congresos, etc.) se han convertido además, en fuente de empleo y de riqueza en muchos lugares de nuestra geografía. Por ejemplo, en el turismo rural, cultural o de congresos, su oferta se estructura en torno al alojamiento, restauración y actividades complementarias. Los beneficios que reporta van dirigidos no sólo a los propietarios de los hoteles o casas rurales, sino también a los guías turísticos o de la naturaleza, a los que se dedican a actividades de artesanía, restaurantes y zonas de diversión nocturna, etc.

Pero esta generación de empleo en las nuevas formas de turismo requiere una cualificación profesional y una formación que a veces es casi inapreciable, y que es sin duda alguna un aspecto importante a considerar. De este modo, es necesario para el desempeño de esta pujante actividad, la actuación en campos como la formación con el desarrollo de cursos en temas relacionados con la gestión de empresas, atención al cliente, sin olvidar las nuevas tecnologías de la información que generarán importantes cambios en las profesiones de este sector, creando instrumentos de comercialización innovadores, etc.

En este trabajo, hemos visto la importancia que tiene el turismo en la actualidad desde el punto de vista socio-económico, pero también no debemos olvidar que el turismo no puede ser entendido como el elemento único para el desarrollo de un espacio, sino una pieza más, sin duda de gran importancia, que ha de sumarse a una acción integrada con otros sectores.

BIBLIOGRAFÍA

BOCYL: Plan de Turismo 2000-2006. Análisis de situación, miércoles 16 de enero de 2002

GÓMEZ, M. (2002): “El turismo se enfrenta al peor año desde 1995”. El Mundo, 28 de julio.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA: <http://www.ine.es/daco/daco42/dacoeoh.htm>

JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN: Boletines de Coyuntura Turística. Consejería de Industria, Comercio y Turismo de la Junta de Castilla y León.
<http://www.jcyl.es/jcyl/cict/dgt/svfit/turismo/>

OMT ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1999): Guía para las Administraciones Locales. Desarrollo turístico sostenible. Madrid.