

EL SECTOR PUBLICO ANTE LA DEMANDA Y OFERTA TURISTICA EN CASTILLA Y LEON.

Julián IBÁÑEZ CASADO

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
Universidad de Valladolid.

1. MERCADO TURISTICO

El mundo de los números es un universo frío, aséptico, que debe venir acompañado de sus pertinentes explicaciones y matizaciones.

¿Qué significado tiene el expresar que el número de viajeros en establecimientos hoteleros en Castilla y León durante 1988 fueron 2.292.048 originando un nivel de pernoctaciones cifrado en 3.666.700 (% variación 89/88 = 10,23 y 8,31, respectivamente)? Por provincias el mayor número de viajeros, en dicho año, se registró en Burgos (446 miles) y Salamanca (420,2 miles), mientras que los valores más bajos correspondieron a Soria (102,5 miles) y Palencia (126,4 miles).

Por consiguiente, vamos a dar traducción expositiva a estas cantidades y otras cifras que irán apareciendo.

1.1. Demanda

Si hubiera que conceptuar la demanda turística castella no-leonesa la respuesta sería clara y contundente: es de carácter estacional o, lo que es lo mismo, se detecta en los meses de Julio, Agosto y parte de Septiembre al absorber el 40% de la misma. Y si a esta circunstancia se une el bajo índice de pernoctaciones realizadas (en torno a 1,6), tenemos una combinación que arroja una definición precisa de un tipo de turismo de tránsito hacia los puntos definitivos de veraneo.

Más concretamente, el turismo en la región está siendo tremendamente infrutilizado, ya que muchos de los visitantes no realizan una actividad realmente turística sino que su flujo está ocasionado por motivos puramente vacacionales, cuyo principal componente es el retorno a su lugar de origen, en esta época, de aquellas personas que pasaron del medio rural o urbano a buscar, en otras provincias o países con más desarrollo industrial o del sector servicios, un puesto de trabajo y la mayor parte de su estancia la efectúan al lado de sus familiares.

Ante esta palpable realidad debe surgir la preocupación, por parte de las distintas Administraciones (central, autonómica y provincial-local) y de los empresarios del sector turístico, de buscar unos incentivos que impulsen hacer más atractiva la estancia de ese volumen importante de viajeros en los meses precitados, procurando que la duración de las pernoctaciones sea mayor y, asimismo, en el resto del año competir en la atracción del llamado turismo "de baja temporada", mediante una propuesta activa y planificada hasta ahora inexistente.

Además, ese bajo índice de pernoctaciones, más atrás señalado, que a su vez resulta ser inferior del obtenido en la media de la región castellano leonesa para algunas provincias y del conseguido a nivel nacional (4,30), ocasiona, a la postre, las mayores diferencias en la productividad del sector turístico. Así es, mientras el turismo nacional tiene unos ingresos por turista valorados en unas 35.000 pesetas por viajero, el turismo regional apenas si llega a la cuarta parte.

Detallando la demanda global entre viajeros extranjeros y nacionales entrados en Castilla y León asistimos a un incremento, para los primeros, de 6,8 puntos porcentuales durante 1988 (8,42% en 1989 con relación al año precedente). Contrasta esa variación con la correspondiente al total del territorio español, que fue de -3,4 puntos, aunque la explicación resulta sencilla al tener en cuenta que esta demanda se establece únicamente para viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros, pues si no para el total del territorio español la variación positiva es de 7,2.

Efectivamente, estos turistas que visitan la región (389 mil durante el último año) lo hacen guiados básicamente por motivos de índole cultural en sentido estricto -visita a monumentos y recintos histórico-turísticos- con viajes organizados y que utilizan dichos establecimientos, mientras que los extranjeros atraídos por las zonas playeras tienen como centro de alojamiento, básicamente, los campings, apartamentos, etc...

Estos datos, pero ahora referidos al turismo de cliente la nacional, pasan a ser los siguientes: Número de viajeros= 1.903 (miles) arrojando un volumen de pernoctaciones=3.201,8 (miles); con incrementos de 10,61% y 8,16%, para cada una de esas variables en 1989.

Como no podía ser menos, en función de lo descrito en los párrafos precedentes al ser un turismo de paso vacacional o de visita monumental, el análisis del comportamiento de las estancias hoteleras de los turistas extranjeros y

nacionales a través del número de pernoctaciones registradas da un ratio bajísimo en torno a 1,19 y 1,68, respectivamente.

De acuerdo con la caracterización del visitante (nacional o extranjero, sobretodo esta último) se deriva una realidad marcada por las cifras que siguen a continuación, bien elocuentes de que la oferta turística derivada de acampamentos turísticos (campings) y apartamentos turísticos es insignificante en la comunidad castellano-leonesa.

Por lo que hace referencia a los primeros suman un total de 55, distribuidos en tres categorías que se reparten en una línea que va de primera a tercera, y presenta una capacidad de alojamiento de 20.750 plazas, correspondiendo a los de segunda categoría la mayor concentración (algo más de las tres quintas partes).

Todavía es más significativa la debilidad de otra forma turística representada por los apartamentos de tal índole, pues sólomente existen 82 con una exigua capacidad de 240 plazas. La causa de esta carencia, obviamente, viene explicada desde el lado de la demanda más que del de la oferta.

1.2. Oferta

Precisamente el estudio de la estructura de la oferta turística puede ser realizado a través de dos segmentos perfectamente diferenciados, a saber:

De una parte, se encuentra la oferta turística básica, constituida por el transporte y el alojamiento, este último a su vez compuesto por una serie de establecimientos que cumplen esa finalidad, como hoteles y hostales, fondas y casas de huéspedes, apartamentos, campamentos...

Por otro lado, la denominada oferta turística complementaria, configurada justamente, a partir de la anterior y compuesta de dos nuevas categorías:

a) oferta complementaria fundamental, formada por las agencias de viaje, restaurantes y cafeterías.

b) oferta complementaria motivadora, que como su propio nombre viene a indicar es la existencia de una serie de establecimientos característicos la que sirve de acicate para atraer a una determinada clientela que posteriormente hará uso de los demás tipos de oferta comentados. Son éstos: establecimientos termales, paradores, estaciones de esquí, cotos nacionales de caza, casinos de juego...

De lo anterior se extrae la no identificación del turismo con un solo sector económico, sino como una actividad de consumo de bienes y servicios repartidos entre un número amplio de sectores. Así, hostelería (hoteles, restaurantes, cafeterías, cafés-bares...) transporte (según medios, según pasaje o mercancías...), recreativo (cines, teatros, discotecas...), etc.

No obstante, dentro de ellos hay uno, el de hostelería, que es el más próximo en su relación con la oferta turística, sobre el que vamos a hacer girar esencialmente el presente estudio.

Por consiguiente, aunque propiamente dicho ni el sector hostelería destina toda su producción al turismo ni el turismo es sólo hostelería, en esta parte del trabajo, por razones de operatividad pragmática, nos centraremos en la misma.

La oferta turística asentada en la "estructura hotelera" que presenta la región castellano-leonesa, se tradujo para finales de 1988 en un total de 790 establecimientos capaces de albergar a 31.611 personas, según estimaciones referidas a hoteles y hostales, es decir a lo que se conoce como oferta de primer orden; puesto que la oferta de segundo orden, representada por fondas y casas de huéspedes, significaba 1.203 establecimientos a los que hay que asociar la cobertura de 13.348 plazas, aproximadamente.

ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS						
	Hoteles			Hostales		
	Número	Habitaciones	Plazas	Número	Habitaciones	Plazas
Castilla						
León	190	8.565	15.251	600	9.748	16.360
España	3.884	358.802	683.152	6.593	128.686	224.769

Fuente: INE: "Anuario Estadístico" y M^o de Transportes Turismo y Comunicaciones: "Anuario de Estudios de Turismo. Datos para 1989".

Profundizando en las anteriores cifras no queda más remedio que constatar la baja categoría de la oferta realizada, la cual, además, viene sustentada por la concentración de establecimientos y plazas en hoteles de tres estrellas y en hostales de 1 y 2 estrellas. Efectivamente, en cuanto al número de aquellos (establecimientos) los datos son 53 (idéntico número para dos estrellas) y 589, respectivamente; mientras que las plazas alcanzan cotas de 5.997 y 15.653; es decir, las cuatro quintas partes de los establecimientos y el

68,4% de las plazas, quedan ubicadas en dichas categorías de hoteles y hostales. Todo ello sin olvidar el considerable peso soportado por las fondas y casas de huéspedes u oferta de segundo orden, como ha sido puesto de manifiesto.

Más aún, como consecuencia de lo reseñado precedentemente hay que vincular al destinatario de la referida oferta como persona de baja o, en su caso, media capacidad económica, lo cual conduce a un bajo consumo de bienes y servicios locales y a una escasa incidencia en la actividad económica regional en su conjunto.

Por tanto, la industria turística debe evolucionar hacia la consecución de un turismo de mayor poder adquisitivo, preocupada por presentar calidad en sus servicios, haciéndolo a la vez compatible con la continuidad de un cierto turismo masivo.

Pero es que, por otra parte, esta situación marcada por la oferta turística, no responde a los deseos manifestados en los últimos años hacia una preferencia de mayor categoría hotelera, siendo de esperar que la futura evolución de la misma vaya hacia los niveles altos, fundamentalmente de cuatro estrellas. La constatación de tales hechos viene avalada por estos datos numéricos derivados del cuadro que sigue a continuación: El incremento en el número de viajeros por tipos de establecimientos hoteleros en Castilla y León observado durante los últimos años ha tenido una incidencia desigual en los hoteles y hostales, de forma que para los primeros el aumento medio anual puede cifrarse en torno al 6%, mientras que para los otros la tendencia es del 3%.

VIAJEROS Y PERNOCANTES EN CASTILLA Y LEÓN				
	Hoteles		Hostales	
	Viajeros	Pernoctaciones	Viajeros	Pernoctaciones
1985	1.125.026	1.787.307	614.921	1.148.314
1986	1.279.036	1.874.657	639.648	1.152.260
1987	1.354.148	1.976.333	694.122	1.295.674
1988	1.381.423	2.054.869	697.809	1.330.923

Fuente: INE: "Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos. Resumen Anual".

Un problema que ha afectado a toda la industria hotelera nacional, y que por supuesto no se ha sustraído la regional, aunque afortunadamente en los últimos años se ha resuelto, ha sido la descapitalización empresarial. Actualmente,

gracias a la recuperación de sus excedentes, las inversiones en mejora de los establecimientos y la atención a los gastos de conservación y reparación, se han hecho notar.

1.3. Demanda y Oferta: Mercado

Para concluir, un buen índice que nos sirve de broche de unión para la demanda y la oferta en el mercado turístico es el grado de ocupación. Pues bien, el alejamiento de la utilización de los establecimientos hoteleros castellano-leoneses de la media nacional es patente al comparar que en el primer caso dicho ratio alcanza unas cotas del 32% frente al 57% del conjunto español. (Además, en línea con lo señalado en otro pasaje anterior la diferencia entre hoteles y hostales es patente: 41% frente al 25% en Castilla y León y 65% versus 34% en España).

Pero no sólo eso, sino que el intervalo comprendido entre el punto menor del grado de ocupación correspondiente a las provincias de Avila y Soria (26%) y el extremo superior asignado a las de Burgos, Segovia y Valladolid (33%) -salvando en los últimos años la desviación salmantina que llega al 40%- , es mínimo. Asimismo, otros índices anteriormente tratados -clasificación por categorías de los establecimientos y sus correspondientes números de plazas y, viajeros entrados con las pertinentes pernoctaciones- han venido a avalar que las diferencias entre provincias son escasas; por lo que muy bien puede concluirse que se produce una problemática bastante común para el conjunto regional y, en definitiva, la terapia aplicada no tiene por qué diferir, en sus rasgos generales, de un lugar a otro dentro de la región castellano-leonesa.

En definitiva, se debe tender a procurar un índice de ocupación mayor y más uniforme a lo largo del año, evitando la concentración de peticiones en determinados períodos y la infrautilización de instalaciones en otros, sin perjuicio de la calidad y disponibilidad del sistema castellano-leonés de hostelería y restauración que admite sensibles mejoras, según ha sido puesto de manifiesto en los apartados correspondientes.

En este sentido, la ampliación de la oferta turística atendiendo a unas nuevas formas de demanda turística se hace necesaria por medio del turismo social, rural y cultural. Cualquier esfuerzo realizado en dicha dirección debe contemplarse, según se señala en la obra del Instituto de Desarrollo y Planificación Económica "Integración europea y desarrollo económico en Castilla y León" (pág. 352), con cautela, no

sólo por la limitación de su alcance y por la lentitud de su desarrollo, sino por la escasa repercusión de muchas de sus facetas sobre la infraestructura hotelera y servicios conexos instalados.

De todas las maneras dentro del turismo social ha ido irrumpiendo con gran intensidad el turismo de la tercera edad, que por no estar condicionado por restricciones de calendarios de trabajo o escolares y por responder a unas motivaciones más diversificadas para realizar viajes, contribuye a la desestacionalización

Una buena parte del asentamiento del turismo rural tendría que venir marcado por las "casas de labranza". Lo que ocurre en estos momentos es que son escasas y no responden a las exigencias imperantes en el marco de la Comunidad Europea. De las 268 computadas en Castilla y León, por la Secretaría General de Turismo, 61 se ubican en Soria, 59 en Avila, 44 en Salamanca, 39 en Zamora y 26 en Palencia; las otras 39 restantes para León, Burgos, Segovia y Valladolid.

Por fin, el turismo cultural que se propone es en su más amplia acepción, comprensivo no solamente de su significación tradicional sino que posibilite la celebración de congresos, reuniones de carácter profesional, cursos universitarios, exposiciones de relevancia nacional e internacional, etc...

Además de esta segmentación de la oferta no hay que desechar la triste realidad de que en los últimos 2 años los precios en el sector se han incrementado de forma considerable, muy por encima de la tasa inflacionaria en general, mientras que la calidad de los servicios no ha seguido la misma trayectoria. Ese aumento de la calidad debe incluir una mejora de infraestructuras y medio ambiente, a la que posteriormente nos referiremos más detalladamente.

2. ACTUACION DEL SECTOR PUBLICO

Ante el panorama descrito al exponer el mercado turístico regional, con la enorme problemática que encierra, ahora es el momento de definir al sujeto cuya cuota de responsabilidad tiene que ser muy elevada para llevar a cabo las medidas necesarias que permitan la corrección de aquélla, o cuanto menos de tomar la iniciativa para fomentar su ejecución.

2.1. Patrimonio Turístico

La región castellano-leonesa es en sí misma una realidad turística con características propias que se ponen de manifiesto a través de la enorme dotación de riqueza, tanto en su patrimonio artístico como cultural, junto a la gran diversidad gastronómica y festividades lúdicas que tienen lugar a lo largo del calendario. Además, si se me permite la comparación pictórica, Castilla y León puede disponer de un "turismo verde, azul y blanco" (estos dos últimos como especies de aquél).

Efectivamente, la orla montañosa periférica que presenta esta región es el recurso potencial más importante del venidero turismo, ya que el 35% del suelo castellano-leonés es tá compuesto por zonas montañosas. En este sentido, no hay que olvidar que la dicotomía turismo costero-turismo del interior va experimentando, de forma paulatina, un giro hacia esta última opción (áreas montañosas, parques naturales, espacios cinegéticos,...); teniendo en cuenta que la crisis del sector turístico español está localizada, esencialmente, en las zonas insulares y en las costeras del Mediterráneo que comercializan su oferta a través de "tour operadores" internacionales, quienes imponen sus condiciones.

También la fuerte proliferación de lagos, lagunas y embalses que flanquean las llanuras y valles sirven de respueta a los deseos de realización de deportes náuticos.

Y, por último, las actividades deportivas de invierno tendrían cumplida atención por medio de las estaciones de esquí y otros servicios complementarios, que posibilitan el mencionado turismo blanco.

Asímismo, uno de los retos del sector turístico en nuestro país y en Castilla-León es la reconsideración de las estaciones termales, lejos ya de su consideración como remedio a las enfermedades relacionadas con la vejez sino como lugares donde luchar contra la fatiga mental y aplicar una medicina preventiva.

Para todo ello se necesita un nuevo postulado empresarial que sepa combinar atenciones clínicas e instalaciones deportivas con una adecuada oferta hotelera y de restauración, acordes con las exigencias que demandan los tiempos presentes y venideros. Precisamente, las ayudas financieras que deben prestar las Administraciones central y autonómica coadyuvarán la resolución de este importante dilema.

Del escaso interés, en España y en Castilla y León, por el empleo de las instalaciones termales dá buena idea el hecho de que la media europea es del 5% anual sobre el total de la población, mientras que solamente el 0,2% de los españoles utilizan estos centros turísticos.

Tres pueden ser las causas que otorgan un ratio tan bajo como el más arriba expuesto: En primer término, los hábitos turísticos nacionales y regionales no van por tal camino debido al recelo sociológico que despiertan los balnearios, cuando no es la escasez de información quien preside un palpable desconocimiento del tema. Posteriormente, la infraestructura existente, hotelera y terapéutica, en muchas ocasiones deja mucho que desear, precisando una renovación de equipos materiales y humanos. Ya por fin, registrarla falta de establecimientos del tipo comentado o, en su caso, su ubicación en unas determinadas áreas geográficas.

Estos últimos puntos nos conducen al avalamiento del su puesto castellano-leonés. Cinco balnearios reúnen las condiciones exigidas por la Asociación Nacional de Estaciones Termales: Corconte, en la provincia de Burgos, Caldas de Luna en la provincia leonesa y, en Salamanca, los tres restantes, Babilafuente, Ledesma y Retortillo. En agosto de 1990 se ha reabierto "Las Salinas" en Medina del Campo (Valladolid).

2.2. Promoción. Comercialización. Infraestructuras

Pero no basta únicamente con tener la materia prima, traducida en una amplia serie de bienes artísticos y naturales, hay que saber lanzarla al mercado a través de participación en ferias y exposiciones de la especialidad; contando, para ello, con el alentador impulso basado en el apoyo y colaboración de la Administración Autonómica en gastos de capital y de atención a gastos corrientes, ambos indispensables para aproximar la región a los niveles tanto demandados como ofertados de los servicios turísticos en el ámbito nacional e internacional.

Sin olvidar que en la tarea de promoción del turismo deben estar involucradas todas las partes interesadas en la misma, es decir, apoyo de organismos e instituciones provinciales y locales, tales como Asociación de Hostelería, Diputación Provincial y Ayuntamientos o bien gestión individual a través de los propios empresarios del sector; para la adopción eficaz de instrumentos que desarrollen el mercado turístico, haciéndole salir de la situación estacionaria en que se encuentra y permitir el aprovechamiento de sus posibilidades de cara al futuro.

Fruto de esa conjunción podría venir la solución al problema de la comercialización de los recursos y servicios turísticos regionales en los distintos lugares; tanto más relevante cuanto mayor es el minifundismo y la pérdida de fidelidad de la clientela existente, rasgos estos que se dan con frecuencia en la caracterización del viajero demandante. La fórmula es bien sencilla de diseñar: El Gobierno Regional impulsa la creación de un consorcio, con la incorporación de los diferentes integrantes de la oferta turística, capaz de presentar un conjunto vinculado de establecimiento hotelero, medio de transporte, servicio de restauración, agencia minorista de viaje, circuito turístico que posibilite el ensanchamiento de la estancia, etc...

Un dato a tener presente en la elaboración de estudios de mercado es que la elasticidad renta de la demanda turística resulta bastante rígida o, en otros términos, el consumo turístico ofrece una fuerte resistencia a la baja, aún a pesar de experimentarse una recesión económica, a partir de ciertos niveles de renta; por lo que podemos hablar del turismo como un bien de primera necesidad, cuyo mayor o menor consumo dependerá, generalmente, del grado de disponibilidades líquidas, pero que a los ciudadanos con rentas altas o medias les resulta muy difícil prescindir de tales servicios.

Por otra parte, como quiera que la infraestructura turística de la región es insuficiente, la Administración de la Comunidad debe efectuar inversiones para mejorarla y el sector privado hacer lo propio en instalaciones y mobiliario; así es como en profesionalizar el sector.

En este contexto, no hay que olvidar, según manifiesta Joan Cals en su artículo "Turismo y política turística en España", que el producto turístico es el resultado de una combinación entre bienes y servicios públicos (aportaciones del paisaje, urbanismo, infraestructura, seguridad ciudadana, ...) y privados. Muchos de los efectos externos de la producción pública tienen en el ámbito turístico una repercusión fuertemente positiva para la competitividad de las empresas del entorno, lo cual provoca la creación de "economías externas".

De acuerdo con los planteamientos presentados, se hace imprescindible incentivar las inversiones en establecimientos hosteleros, por medio de dos caminos:

- a) Concesión por el Gobierno Regional de subvenciones

"a fondo perdido", de acuerdo con el montante proyectado y con el impacto que sobre la calidad de la oferta turística se derivará.

b) Ayudas para el otorgamiento, por parte de las entidades financieras, de un "crédito blando", es decir, una fracción del tipo de interés sea absorbida por la Junta y la devolución del principal se efectúe a largo plazo, al objeto de que los gastos financieros no representen una excesiva carga dentro de la cuenta de resultados empresarial, ya de por sí importante, puesto que en nuestro país la pequeña y mediana empresa soportan del orden de un 3,5% más que la de mayor dimensión, el coste crediticio.

Además, la formación profesional requiere de cursos apoyados económicamente por la Administración Autonómica, cuyos objetivos se contemplan desde una doble vertiente, preparación y capacitación de empleados que cumplan diferentes funciones en sus campos propios de trabajo y, por otro lado, creación de nuevos empresarios que sepan adaptar las tecnologías y gestiones que demandan las necesidades futuras.

2.3. Presupuestos de la Comunidad

En consecuencia, es fundamental que los Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de Castilla y León se hagan eco de todas las exigencias indicadas (lanzamiento, comercialización y creación de infraestructura) y las canalicen por medio de un programa de gastos de ordenación, promoción y gestión del turismo.

Para 1990, dicho Programa dispone de un coste de 1.584 millones de pesetas, con un incremento del 17,7% sobre el ejercicio anterior; repartido, principalmente en tres conceptos: Inversiones (52%), Transferencias de capital (25%) y Gastos de Personal (15%).

Con estos medios se pretende cubrir unos objetivos planteados en los siguientes fines: Promoción y apoyo a la oferta turística; incentivo a las entidades locales en la dotación de infraestructura -turística- y consolidar las iniciativas de cooperación con los diversos agentes turísticos; promoción del turismo rural y escolar; además de ordenación del sector mediante la regulación de las profesiones turísticas y mejora de la cualificación profesional (cursos de formación y creación de una Escuela de Hostelería).

(A propósito de creación de la futura Escuela Regional de Hostelería, la Junta, según convenio firmado el 1 de Octubre de 1990, participa en la misma con una subvención de 49,23 millones de pesetas para remodelar y amueblar parte de un edificio cedido al efecto por la Diputación de Soria. La Federación Castellano-Leonesa de Empresarios de Hostelería, por su parte, asume el asesoramiento técnico y la elaboración del plan educativo que se impartirá en la Escuela a partir del próximo año).

Como resultado económico derivado de tal actuación de la Junta castellano-leonesa se pretende un incremento del 3% en términos de Producto Interior Bruto correspondiente a este sector, entendido en su más amplia acepción.

Ahora bien, lo más destacado, y a la vez plausible, de aquel incremento presupuestario del 17,7%, entre 1990 y 1989, es que provenga del Capítulo VI (Inversiones Reales), ya que casi nueve décimas partes del mismo tienen como causa la realización de esa clase de gastos. Con otros datos porcentuales, se prevé invertir en el presente ejercicio un 34% más que en el anterior en, especialmente, mejora de las infraestructuras turísticas y en promoción de tal sector.