



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

“PRESENTACIÓN Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO RURAL EN CASTILLA Y LEÓN”

IVÁN DE LA FUENTE RAMOS

**FACULTAD DE COMERCIO
VALLADOLID, 9 DE DICIEMBRE DE 2020**



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
GRADO EN COMERCIO

2020/2021

TRABAJO FIN DE GRADO

**“PRESENTACIÓN Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO RURAL EN
CASTILLA Y LEÓN”**

Trabajo presentado por: Iván de la Fuente Ramos

Firma:

Tutor: M^a Ángeles Iglesias Madrigal

Firma:

FACULTAD DE COMERCIO
VALLADOLID 9 DE DICIEMBRE DE 2020

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: Concepto actual de turismo.....	3
• 1.1. Origen del turismo y del turismo rural.....	3
• 1.2. Relevancia del sector turístico.....	6
• 1.3 El turismo rural en la actualidad.....	9
CAPÍTULO II: Descripción de la oferta turística rural en Castilla y León.....	11
• 2.1 Distintos alojamientos rurales en Castilla y León.....	12
○ 2.1.1 Distribución de alojamientos en Castilla y León.....	13
○ 2.1.2 Número de plazas disponibles.....	15
• 2.2 Análisis de las casas rurales en Castilla y León.....	17
○ 2.2.1 Características y precios.....	20
○ 2.2.2 Servicios ofrecidos.....	21
○ 2.2.3 Actividades ofertadas.....	22
CAPÍTULO III: Evolución de la demanda del turismo rural en Castilla y León.....	23
• 3.1 Perfil del turista rural.....	23
• 3.2 Número de viajeros, pernoctaciones y estancia media.....	26
• 3.3 Tasa de ocupación.....	30
• 3.4 Gasto de los turistas rurales.....	32
CAPÍTULO IV: Análisis del turismo rural post Covid-19.....	36
• 4.1 Dificultades para el turismo rural.....	36
• 4.2 Nuevas posibilidades para el turismo rural tras el Covid-19.....	39
• 4.3 Análisis DAFO.....	40
CONCLUSIÓN.....	44
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46
ANEXO I: Casas rurales consultadas.....	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1. Año de inicio de las primeras normativas sobre turismo rural de las Comunidades Autónomas.	5
Tabla 2. Tipos de alojamientos.....	14
Tabla 3. Plazas desglosadas por tipos de alojamientos.....	16
Tabla 4. Datos obtenidos en el análisis de las 10 casas rurales de cada provincia	19
Tabla 5. Precio medio de una noche por persona	20
Tabla 6. Evolución mensual del año 2019	30
Tabla 7. Comparativa entre verano 2019 y verano 2020	39

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Concejo Hospedería, Valoria la Buena, Valladolid	12
Imagen 2. La Posada de Carmen, Chañe, Segovia.....	12
Imagen 3. La Lobera de Gredos, Arenas de San Pedro, Ávila	13

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Evolución del número de turistas en alojamientos rurales	10
Gráfico 2. Número de alojamientos por provincia en 2019.....	14
Gráfico 3. Evolución de los alojamientos rurales en Castilla y León.....	15
Gráfico 4. Número de plazas por provincias en 2019.....	16
Gráfico 5. Evolución viajeros y pernoctaciones del año 2010 al 2019	26
Gráfico 6. Evolución mensual de viajeros y pernoctaciones en 2019.....	28
Gráfico 7. Evolución de viajeros y pernoctaciones por provincia en 2019.....	29
Gráfico 8. Evolución en la tasa de ocupación de 2010 a 2019.....	30
Gráfico 9. Tasa de ocupación mensual en 2019	31
Gráfico 10. Tasa de ocupación por provincias en 2019	32
Gráfico 11. Distribución del gasto turístico total en Castilla y León.....	33
Gráfico 12. Distribución del gasto turístico en alojamientos reglados en Castilla y León en 2019.....	34
Gráfico 13. Evolución anual del gasto turístico procedente de los turistas rurales en 2019	34
Gráfico 14. Distribución del gasto turístico procedente de los turistas rurales en 2019	35
Gráfico 15. Nivel de profesionalidad del Turismo Rural en España.....	37
Gráfico 16. Conexión a Internet en España de los diferentes alojamientos turísticos rurales	38
Gráfico 17. Matriz DAFO	41

INTRODUCCIÓN

El objeto de este trabajo consiste en hacer una presentación sobre el origen y evolución a lo largo de los años del turismo rural en la comunidad de Castilla y León. Éste, en nuestro país, es un sector que se encuentra en plena fase de maduración; no es un sector “nuevo”, puesto que se lleva trabajando durante mucho tiempo en este tipo de turismo, pero todavía no es un sector cuajado. Lo que sí podemos asegurar es que tiene bastante recorrido y con los “nuevos tiempos” que se avecinan, se le adivina una mayor presencia y posicionamiento en nuestra economía.

Uno de los motivos que más peso han tenido en la elección de este tema es mi condición de nativo del medio rural, la evolución y el peso que este sector está teniendo en mi comarca, con cerca de 60 establecimientos abiertos dedicados a este sector en un radio de 20km de donde yo vivo y el poder aportar mis propias conclusiones tras las experiencias adquiridas como consumidor de este tipo de turismo.

Este trabajo está organizado en **cuatro capítulos** con varios apartados, tablas y gráficos que harán que la lectura y comprensión de lo expuesto sea más amena y entendible para el lector.

En el primer capítulo nos centraremos en los orígenes del turismo e iremos avanzando en el tiempo hasta la concepción del turismo rural tal y como lo conocemos en la actualidad, la relevancia del sector y cómo se encuentra actualmente. Para conocer su evolución lo haremos desde varios puntos de vista, desde la oferta y la demanda de los turistas.

En el segundo describiremos la oferta turística en Castilla y León; los diferentes tipos de alojamiento ofertados, el número de plazas con las que cuenta nuestra Comunidad, sus características, los servicios que ofrecen al visitante, etc. Con el fin de describir mejor las características de las casas rurales en Castilla y León, se ha elaborado un análisis comparativo, de éstas, por provincias.

El tercer capítulo se centra en la demanda. En él analizaremos cómo es el perfil del turista rural, el grado de ocupación, la satisfacción del cliente, etc. Todos estos datos analizados hasta el momento nos acercarán a entender mejor cuál es el gasto medio del turista rural en nuestra Comunidad.

En el cuarto capítulo intentaremos analizar la situación del turismo rural Post-Covid 19; las dificultades a las que se enfrenta el sector y las nuevas posibilidades que se abren. Cerraremos este capítulo con la realización de un análisis DAFO del turismo rural en la comunidad de Castilla y León.

Por último, en el trabajo se expondrán las conclusiones a las que llegamos tras el estudio realizado, referencias bibliográficas, fuentes de información consultadas y un anexo con el nombre de todas las casas rurales de las cuales hemos obtenido los testimonios de los viajeros para realizar nuestro trabajo.

CAPÍTULO I: Concepto actual de turismo

1.1 Origen del turismo y turismo rural

Aunque hay constancia de viajes anteriores a la era cristiana, como era el caso de los aficionados a las Olimpiadas griegas o viajes en la época de los romanos, principalmente de militares a sus retiros y villas apartados de la mundanal Roma, no será hasta la llegada de la Edad Media cuando se empiecen a practicar los “viajes de descanso o recreo”, por parte de los reyes y de la nobleza, a lugares apartados de la corte en la época estival. En la Edad Moderna, nos tenemos que remontar hasta el siglo XVI para conocer los principios del turismo moderno.

Con la llegada de los nuevos descubrimientos y la mejora de las embarcaciones y, sobre todo, a la documentación, cartografía y registro de los lugares explorados, a finales del siglo XVI y principios del siglo XVII, aparecen muchos libros escritos por jóvenes aventureros que plasman sus experiencias personales y ofrecen recomendaciones a la hora de viajar. En este siglo surge el concepto “*Grand Tour*”. Jóvenes de la nobleza y de la clase media inglesa, empiezan a viajar por el continente europeo para aumentar sus conocimientos y acuñar experiencias personales que más tarde derivarán en el término “turismo”. Será en esta época cuando se empiecen a desarrollar los “centros vacacionales”, algunos de los cuales todavía hoy perduran.

Comenzada la Era Contemporánea, a finales del siglo XVIII y mediados del siglo XIX hay unas importantes mejoras a causa de la Revolución Industrial. Estas innovaciones crean una nueva clase media, la burguesía capitalista, con un poder adquisitivo mayor, con nuevos gustos y con otras necesidades. Se introduce el concepto de “excursión organizada” que da mayor acceso a la población a los viajes vacacionales. Tal y como se recoge en “*Thomas Cook. Lecciones estratégicas de la caída de un gigante*”, de José María Mateu (2019), uno de los hechos más significantes en la época fue llevado a cabo por Thomas Cook en 1841, en el que arrendó un tren para transportar a 570 personas en un viaje entre Leicester y Loughborough con el fin llegar a una reunión en contra del alcohol.

Con los viajes de larga distancia y las grandes excursiones, se terminan de sentar las bases del turismo moderno, aunque el turismo tendrá importantes mejoras en la segunda mitad del siglo XIX que originarán lo que conocemos actualmente como turismo. Como consecuencia de las mejoras en comunicaciones marítimas, en 1867 se lleva a cabo el primer crucero transoceánico para turistas. Cabe destacar en esta época el **origen del turismo rural**. Su origen se encuentra en las antiguas posadas del Tirol y en el medio rural inglés, donde se ofrecía a los caminantes comida y un lugar de descanso en su viaje,

conocido como “Chambre d’hôtes” y los populares “Bed & Breakfast”, en los cuales se les proporcionaban alojamiento y productos de la zona.

En el s. XX, con la Primera y Segunda Guerra Mundial, se logran muchas innovaciones tecnológicas y la industria sufre un fuerte impulso. La industria automovilística experimenta un gran auge, lo que impulsa el turismo por carretera, convirtiéndose en el principal medio de transporte. En el año 1924 aparece la Unión Internacional de Organizaciones Oficiales para la Propaganda Turística, antecesora de la UIOOT (Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo).

Aunque se ha podido apreciar que el turismo ya estaba ampliamente desarrollado, no será hasta el periodo post Segunda Guerra Mundial (1939-1945), cuando el turismo se convierta en un gran movimiento de masas, y se globalice. Otro hecho que cambiará el principal medio de transporte turístico será el desarrollo de la aviación comercial y el acuerdo en los derechos sobre vuelos no regulares (vuelos chárter), que darán al transporte aéreo un importante papel en el transporte turístico a nivel internacional.

Como medida para atraer una mejora en la economía en las poblaciones rurales muy afectadas por la crisis económica de la postguerra, muchas granjas y casas rurales empiezan a dar alojamiento a los viajeros procedentes de los centros urbanos. Esta iniciativa se consolida en los años 60 en la zona de centro Europa, Alpes alemanes, Tirol y Baviera. Este fenómeno se expande rápidamente al resto de Europa, ya que este turismo es una gran fuente de ingresos que ayuda a mitigar la crisis sufrida en la agricultura en los años 80 a nivel europeo. Hay que destacar la contribución a las zonas más despobladas que ha generado el turismo rural en su evolución, potenciando la creación de infraestructuras, incrementando la economía, frenando el despoblamiento y atrayendo a nuevos habitantes asentando población. Los países mediterráneos no conocerán la gran expansión de este turismo hasta finales de los años 80.

En la época de los años 90, se produce un estancamiento de la demanda en los países pioneros. Como consecuencia de la maduración del sector y de la creación de nuevas ofertas en otros países con diferentes atractivos, se empieza a crear un mercado mucho más competitivo y los consumidores se vuelven más exigentes. Anhelan el contacto con el medio rural, pero con unas infraestructuras y un servicio más profesional. Esta nueva tendencia genera una diversificación y selección entre los agricultores y los que apuestan por el turismo rural. Esta diversificación y selección se concreta en los que van a seguir ofreciendo únicamente alojamiento, los que apuestan por una especialización y restauración de calidad, creación de rutas temáticas y las personas que se especializan en

actividades complementarias al turismo rural en la zona. Cabe destacar a raíz del auge del turismo rural, la sustitución de actividades agrícolas por actividades turísticas en zonas donde la agricultura ha dejado de ser competitiva. Este cambio ha generado zonas de campings permanentes, granjas ecuestres, granjas escuela o parques temáticos y de ocio.

En nuestro país el desarrollo del turismo se origina a partir del año 1950, cuando España apenas figuraba en el mapa turístico europeo. En la siguiente década va a sufrir un gran desarrollo a nivel turístico. Será entre 1959 y 1973 cuando el número de visitantes procedentes de fuera de nuestras fronteras se multiplicará por ocho, como viene registrado por M^a Luisa Vizcaíno Ponferrada, en el *International Journal of Scientific Management and Tourism* (2015). El gran boom del turismo de sol y playa concentrará a la mayoría de los turistas en la Costa Brava, Islas Baleares y la Costa del Sol. En esta década, con la creación del programa de “**Casas de Labranza**”, dará comienzo en España el modelo de casas rurales. El objetivo de este programa era poder hospedar a los turistas en las zonas rurales. Este tipo de turismo interior permitía obtener unos ingresos extra a los agricultores, lo que repercutía en las mejoras del acondicionamiento de las casas labriegas.

Con la aprobación de los Estatutos de Autonomía reconocidos en la Constitución, se genera una apuesta individualizada por el turismo rural por parte de las Comunidades Autónomas. Cada Comunidad le otorga un valor y se desarrollan planes de acción diferentes.

Tabla1. Año de inicio de las primeras normativas sobre turismo rural de las Comunidades Autónomas.

AÑO	COMUNIDAD AUTÓNOMA
1983	Cataluña
1986	Aragón
1988	País Vasco
1989	Cantabria
1991	Principado de Asturias Comunidad Foral de Navarra
1992	Extremadura Región de Murcia La Rioja
1993	Castilla y León
1994	Castilla-La Mancha Comunidad Valenciana
1995	Andalucía Islas Baleares Galicia
1998	Canarias
2005	Comunidad de Madrid

Fuente: Elaboración propia a partir de la legislación en vigor, 2020.

Entre los años 1980 y 1994 surgen muchas **actividades complementarias** al alojamiento. Hay una gran integración y diversificación de actividades en el espacio rural. Algunos ejemplos serían el senderismo por la Ruta de la Plata o la Ruta del Románico, los deportes de aventura, el Camino de Santiago, las rutas gastronómicas, los balnearios, etc. Ha nacido una nueva oferta de turismo en el espacio rural y viene para quedarse.

Aunque el modelo actual de turismo rural no comenzará a florecer hasta la década de los 90, éste experimentará un fuerte crecimiento entre los años 1994 a 2003. Tal es así que quintuplicará el número de turistas. Cabe destacar la acción de los programas **LEADER I, LEADER II y LEADER PLUS**, programas dedicados a mantener o tratar de frenar el éxodo masivo de personas del medio rural a las ciudades, algo que se estaba produciendo desde años anteriores. Estos programas proponían tipologías de nuevos productos turísticos, fomentando actividades innovadoras y apoyo al desarrollo rural.

En 2008, a través de la Asociación Española de Casas de Turismo Rural (ASETUR), comienza a elaborarse un plan para intentar estandarizar los niveles de calidad de los alojamientos con un símbolo común, **la espiga**. Serán éstas las que a partir de ahora midan el nivel de confort y equipamiento de nuestros alojamientos rurales categorizándoles con un valor de entre 1 a 5 espigas, donde cinco será sinónimo de excelencia y una, de alojamiento digno y sin grandes lujos. Entre medias quedan todo tipo de ofertas para todos los gustos y bolsillos.

En la última década el turismo ha conseguido una importante evolución hacia la digitalización, es decir, con muchas aplicaciones relacionadas con éste y abundantes páginas web que te invitan a tener una experiencia virtual muy realista. Con estas innovaciones, las agencias de viaje y tour operadores consiguen enviar y hacer llegar a los clientes diferentes formas de marketing y ofertas mucho más concretas y exclusivas.

1.2 Relevancia del sector turístico

El turismo se podría concretar como un elemento configurador de la realidad, tanto por su importancia a nivel económico, como por su relevancia social e impacto ambiental. Como sabemos, es una actividad caracterizada por el dinamismo y la necesidad de adaptación continua para mantener los niveles competitivos entre los diferentes competidores, ya que los turistas elegirán la máxima calidad posible, a un precio competitivo, dentro de sus expectativas. El turista apuesta por la calidad y la excelencia de

la oferta, la incorporación del territorio en la planificación, la creación de productos auténticos (experiencias en el consumidor) y una estrategia basada en la innovación.

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT), el sector turístico sería:

“Conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los visitantes. Éstas se denominan “industrias turísticas” debido a que la adquisición por parte de éstos representa una porción tan significativa de su oferta que, en su ausencia, dicha producción se vería reducida de manera significativa”. (OMT, 2007).

Es conveniente insistir en que una empresa turística es una unidad de producción capaz de gestionar una serie de elementos productivos para transformarlo en bienes de consumo o servicios, con el objetivo de satisfacer la demanda de los turistas o clientes. La empresa turística tiene una repercusión tanto económica como social, por lo cual, se puede considerar una actividad socioeconómica, puesto que permite el desarrollo y la dinamización de zonas en declive, a través del fomento del empleo y el gasto turístico.

El término moderno de turismo que conocemos ahora, no surgió hasta la década de los 40. En 1942 los profesores suizos *Hunziker y Krapf* dan un concepto que logra la aceptación total entre los profesores y expertos, la cual es adoptada por la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIST), cuya definición de turismo es: *“Conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias no estén motivadas por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal”.* (Walter Hunziker - Kurt Krapf, Fundamentos de la Teoría General del Turismo, 1942).

A principios de la década de 1990, la Organización Mundial del Turismo (OMT) recoge todas las definiciones y **define al turismo** como: *“Conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.* (OMT, 1995. citado en el libro de introducción al turismo de Sancho, Amparo Capítulo 2, página 47).

Dentro de este concepto de turismo encontramos diferentes categorías, atendiendo al perfil del consumidor, a la oferta de servicios ofrecida, etc. En nuestro trabajo nos centraremos en el turismo rural.

Turismo gastronómico	Turismo cultural	Turismo urbano o de ciudad	Turismo deportivo
Turismo rural	Turismo de negocios	Turismo de salud y bienestar	Turismo de montaña
Turismo costero y marítimo	Ecoturismo	Turismo de aventura	Turismo educativo

Es imposible encontrar una definición que convenza a todos los expertos, pero encontramos dos bastante precisas. La primera es la más generalizada, según la OMT (Organización Mundial del Turismo) en 2017 lo definió como: *“Actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como finalidad interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona”*. Otra menos extendida sería la de Fuentes (1995): *“Aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local”*. Lo que conecta las definiciones, lo más importante es que el turista, visitante que pernocta al menos un día, interactúe con el medio rural, con la naturaleza y la sociedad rural.

El turismo rural se encuentra en un momento álgido. Esto conlleva a que se mantenga un turismo sostenible repartido a lo largo del año, pudiendo crear diferentes experiencias estacionales. Además, este turismo contribuye al desarrollo rural en zonas de la “España vaciada”. Este término hace referencia a las zonas en camino de la despoblación y con escasa actividad económica. Es por ello por lo que este tipo de turismo mejora la economía de los habitantes del municipio en el que se encuentran y fija población. Una de las maneras más efectivas de hacer posible la dinamización del turismo rural recae en la creación de rutas turísticas por la naturaleza, turismo activo, ecoturismo y agroturismo entre otras.

Como es conocido, el sector turístico en España es uno de los principales propulsores de la economía en nuestro país, por no decir el principal, respetando la industria de la construcción. La industria turística representaba en torno al 12,5 % del PIB nacional, lo que supone una cifra de 297.122 millones de euros en 2019. En los últimos años, concretamente desde 2012, cada año se superaban las cifras de llegadas de turistas a nuestro país. En 2019 se alcanzaron los 83,7 millones de llegadas de turistas extranjeros según los datos aportados por el INE y recogidos en la encuesta Frontur.

Dada la situación actual generada hace unos meses debido a la pandemia del COVID-19, este sector sufrirá grandes pérdidas este año. Esto es debido a las restricciones en los viajes por el confinamiento de la población en sus lugares de origen y la cancelación

de grandes fiestas como son la Semana Santa, la Feria de abril, San Fermín, etc. Grandes eventos que son vitales para el sector y que atraen a millones de turistas que dejan en España una gran cantidad de dinero.

En el caso de Semana Santa, según los datos expuestos por FETAVE (Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas) en abril de 2020, la cancelación de la Semana Santa en nuestro país ha hecho que se cancelen más de 70.000 vuelos, lo que genera unas pérdidas de 10 millones de billetes de avión y una cifra superior a 15 millones de pernoctaciones en hoteles, esto afecta directamente a 2,5 millones de trabajadores y a 400.000 empresas turísticas. Todos estos datos se transforman en un total de 18.000 millones de euros perdidos en nuestro país.

Un informe elaborado por la Universidad de Sevilla, estima que la feria de abril en Sevilla genera unos 800 millones de euros dependiendo de los días que se celebre, la pasada edición de 2019 contó con un día más. La ciudad alberga un total aproximado de 4 millones de visitantes con motivo de la feria, con un gasto medio de 135 euros por día.

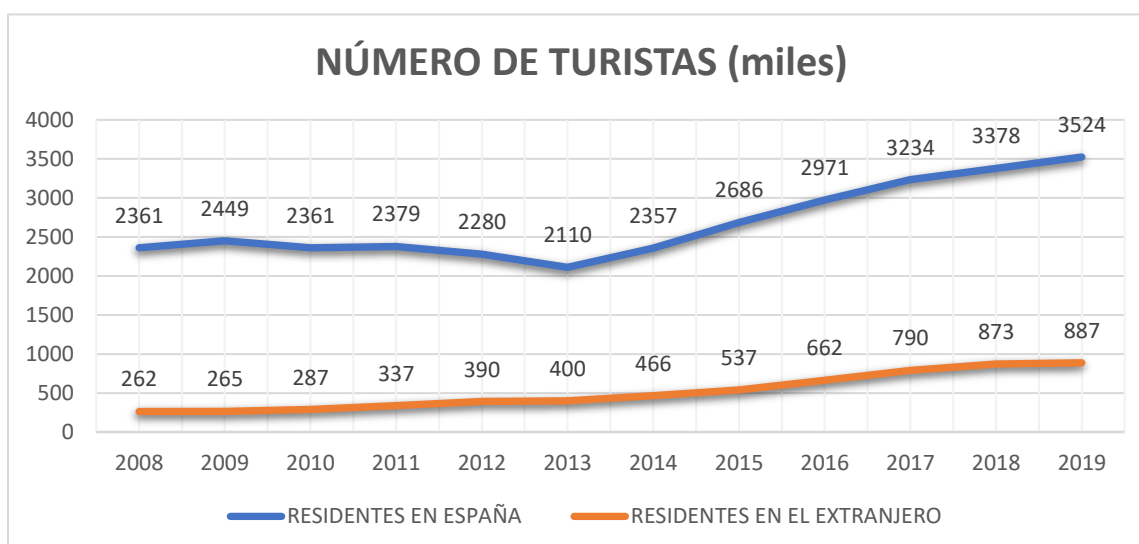
Las fiestas de San Fermín, teniendo en cuenta los últimos datos recogidos en “El valor económico de la fiesta de San Fermín en Pamplona” (2018), impulsado por la Unión de Criadores de Toros de Lidia (UCTL), calculan que en la última década esta celebración a generado más de 740 millones de euros. Unos 74 millones de euros anuales para la ciudad y con una cifra de visitante anuales cercanos al 1,5 millón de personas que desembolsan una media de 110 euros diarios.

Los datos publicados por el INE en 2020, aunque de momento son provisionales, no son nada alentadores ya que muestran una quiebra del sector. La llegada de turistas internacionales en junio a nuestro país evidencia una caída del 97´68% respecto a junio de 2019. Este año 2020, solo han llegado 204.926 turistas a nuestro país en comparación con los 8.833.893 que llegaron en junio de 2019. Este dato de junio solo es un reflejo de lo que se espera en todo el año, lo cual generará una recesión importante de nuestra economía.

1.3 El turismo rural en la actualidad

La gráfica 1 nos permite observar los datos de evolución de turistas en alojamientos rurales recogidos por el INE. En ellos se plasma como el turismo rural cada vez cobra más importancia en el sector turístico nacional. Vemos como viene aumentando cada año desde 2013 el número de turistas en alojamientos rurales: casas, hoteles, campings, albergues, etc. En 2019 hemos llegado hasta, aproximadamente, los 4,5 millones de turistas, lo que supuso un 68.17% más que en 2008. Es importante destacar que el número de turistas procedentes del extranjero en 7 años ha doblado su cifra, lo cual hace pensar que se está dando una buena promoción de este sector a nivel internacional. Los países de procedencia la mayoría de los turistas rurales que nos visitan son Alemania, Reino Unido y Francia, por este orden, según los datos proporcionados por “Frontur” en la estadística de movimientos turísticos en Fronteras del año 2019.

Gráfico 1. Evolución del número de turistas en alojamientos rurales



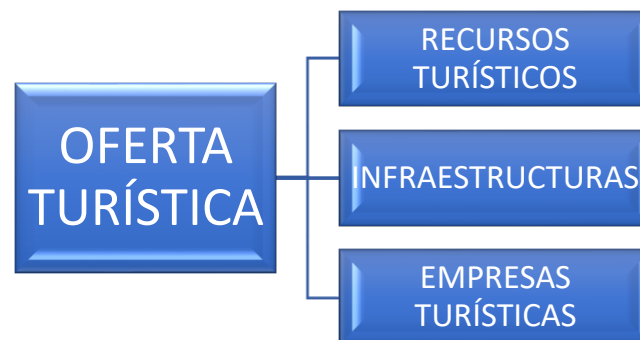
Fuente: Elaboración propia según datos del INE (2020).

En el sector turístico rural nacional se ha dado empleo a cerca de 26.000 personas en 17.145 alojamiento rurales que han tenido abiertas sus puertas en 2019, lo que ha supuesto un incremento del 6,35% respecto al año 2018, según viene recogido en los datos de la encuesta de ocupación en alojamientos turísticos, “extra-hoteleros” del INE. Cifras que eran directamente proporcionales al resto del turismo antes de la situación generadas por el Covid.

CAPÍTULO II. Descripción de la oferta turística rural en Castilla y León

Antes de adentrarnos en los datos sobre la oferta de turismo rural en Castilla y León, conviene definir lo que es la **oferta turística**. Ésta hace referencia al “conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados, estructurados y asociados a un determinado espacio geográfico, sociocultural y temporal, que poseen un determinado valor o atractivo, de forma que estén disponibles en el mercado para ser utilizados o consumidos por los turistas”. (Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles, pag.1, 2013)

La oferta puede desglosarse en 3 componentes básicos:



- **Recursos turísticos:** Se puede definir como el conjunto de elementos y atractivos con los que cuenta el destino y definen la identidad de la población. Estos atractivos pueden ser históricos, culturales, naturales o folclóricos.
- **Infraestructuras:** Son el conjunto de medios técnicos, servicios e instalaciones necesarias para la práctica de una actividad.
- **Empresas turísticas rurales:** Son aquellas que convierten los recursos turísticos y las infraestructuras en un servicio que se presta a los turistas.

Dada esta definición sobre oferta turística y sus componentes principales, ahora veremos los distintos alojamientos rurales que podemos encontrar en Castilla y León, se encuentran categorizados en el apartado de infraestructuras de la oferta turística.

2.1 Distintos tipos de alojamientos rurales en Castilla y León

La Ley 14/2010, de 9 de diciembre, de turismo de Castilla y León, regula la actividad turística en dicha Comunidad y, por lo tanto, los establecimientos rurales. En la sección 2ª del Capítulo I, "Título IV. Actividad turística"¹ encontramos los artículos 34 y 35 por los que se regulan los establecimientos de alojamientos de turismo rural. Su clasificación es la siguiente:

- **Hotel rural:** "Establecimiento cuyas dependencias constituyen un todo homogéneo con entradas y, en su caso, escaleras y ascensores de uso exclusivo. Tiene una capacidad máxima de 50 plazas".

Imagen 1. Concejo Hospedería, Valoria la Buena, Valladolid



- **Posada:** Está ubicada en un edificio con valor arquitectónico tradicional, histórico, cultural o etnográfico. No tiene límite máximo de plazas.

Imagen 2. La Posada de Carmen, Chañe, Segovia



¹ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-20073&p=20151231&tn=1>
Presentación y evolución del turismo rural en Castilla y León
De la Fuente Ramos, Iván

- **Casa rural:** “Establecimiento situado en una vivienda que ocupa la totalidad o una parte de un edificio con salida propia a un elemento común o vía pública”. Puede disponer de 3 alturas. La capacidad máxima es de 16 plazas.

Imagen 3. La Lobera de Gredos, Arenas de San Pedro, Ávila

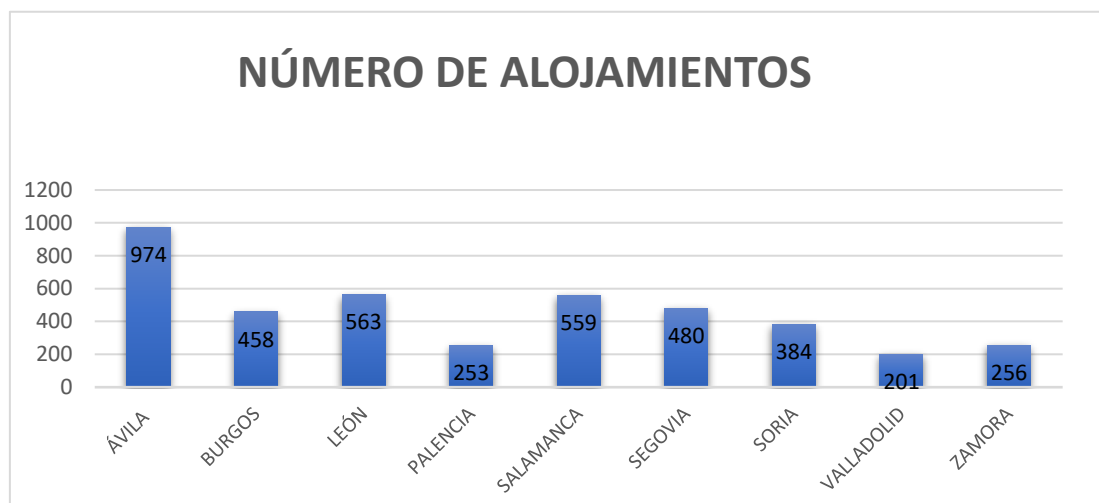


Estos son los 3 tipos de establecimientos rurales marcados por la ley en Castilla y León. Cada establecimiento tiene una categoría dependiendo de la puntuación obtenida en distintas áreas valorables, como por ejemplo el equipamiento, si tienen aparcamiento, accesibilidad, servicios, etc. Las diferentes categorías se distribuyen desde 1 estrella o espiga (la más baja) a 5 estrellas o espigas (la más alta).

2.1.1 Distribución de alojamientos en Castilla y León

Vistos los diferentes establecimientos rurales, analizaremos a continuación su distribución provincial en la comunidad de Castilla y León. Los datos mensuales publicados por el INE en 2019, a través de las encuestas de ocupación turística realizadas, y centrándonos en el apartado “alojamientos de turismo rural”, revelan que Castilla y León acapara cerca del 20% de los alojamientos rurales de todo el país. Esto supone la quinta parte del total nacional. Basándonos en los datos aportados por la Junta de Castilla y León en los boletines de coyuntura que publican, la comunidad cuenta con un total de 4.128 establecimientos de cerca de los 18.000 que hay en nuestro país. (Boletín coyuntura turística Castilla y León, Resultados 2019). Su distribución por provincias queda registrada en el gráfico 2, mientras que la tabla 2 nos recoge la tipología por provincias.

Gráfico 2. Número de alojamientos por provincia en 2019



Fuente: Elaboración propia según datos de la Junta de Castilla y León (Boletín coyuntura turística Castilla y León, Resultados 2019).

Tabla 2. Tipos de alojamientos

PROVINCIAS	C.R.A.C.	C.R.A.	POSADAS	HOTEL RURAL	TOTAL
ÁVILA	9	887	24	54	974
BURGOS	32	340	17	69	458
LEÓN	38	409	9	107	563
PALENCIA	4	201	9	39	253
SALAMANCA	15	481	12	51	559
SEGOVIA	13	404	16	47	480
SORIA	19	299	17	49	384
VALLADOLID	2	159	12	28	201
ZAMORA	4	183	17	52	256
TOTAL	136	3363	133	496	4128

*C.R.A.C.= Casas rurales de Alojamiento Compartido

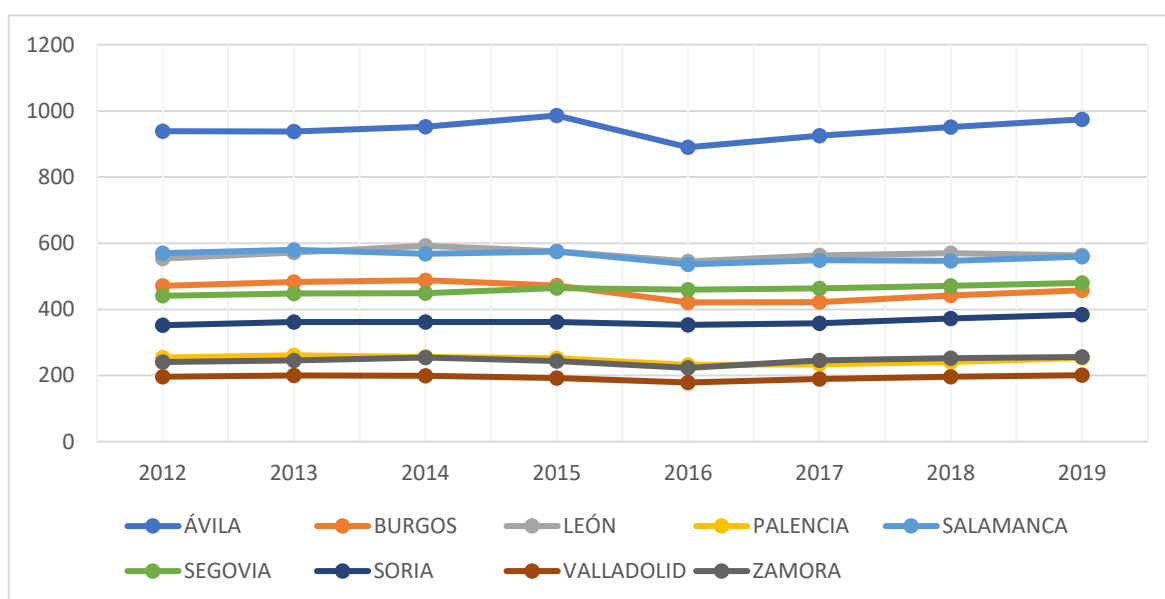
*C.R.A.= Casas rurales de Alquiler

Como podemos comprobar en la tabla 2, Ávila es la provincia con mayor número de alojamientos rurales acercándose a los 1000, seguido aunque con bastante diferencia, por León con 563 alojamientos y Salamanca con 559. Una de las razones que pueden explicar esta importante diferencia en cifras es la proximidad con la comunidad de Madrid, casi un 30% de los turistas proceden de la comunidad colindante. Al ser un turismo de fin de semana o de festivos, se buscan lugares cercanos al domicilio en los que a la vez se pueda desconectar y disfrutar de un tiempo de ocio y naturaleza. Esto provoca que Ávila sea uno de los destinos preferidos para muchos madrileños. Por el contrario, Palencia 253 y Valladolid 201 son las provincias con menos alojamientos turísticos, en estas dos provincias los turistas se decantan en mayor medida por el alojamiento en hoteles y puede que los empresarios no vean tanta rentabilidad de negocio.

Lo que predomina en la Comunidad de Castilla y León son las casas rurales de alquiler, es decir, se alquila la casa entera, no solo la habitación como en el caso de las casas rurales de alojamiento compartido. Éstas tienen un peso total del 82% de los alojamientos de turismo rural en la comunidad de Castilla y León.

Por lo que se refiere a la evolución de los alojamientos en últimos años (gráfico 3) podemos ver como la tendencia es lineal y constante, plana, sin picos de sierra. En 2015 podemos observar una ligera caída, pero en 2016 comienza una leve recuperación constante ligeramente ascendente en todas las provincias.

Gráfico 3. Evolución de los alojamientos rurales en Castilla y León



Fuente: Elaboración propia según datos de la Junta de Castilla y León (Boletines coyuntura turística Castilla y León, Resultados 2012-2019).

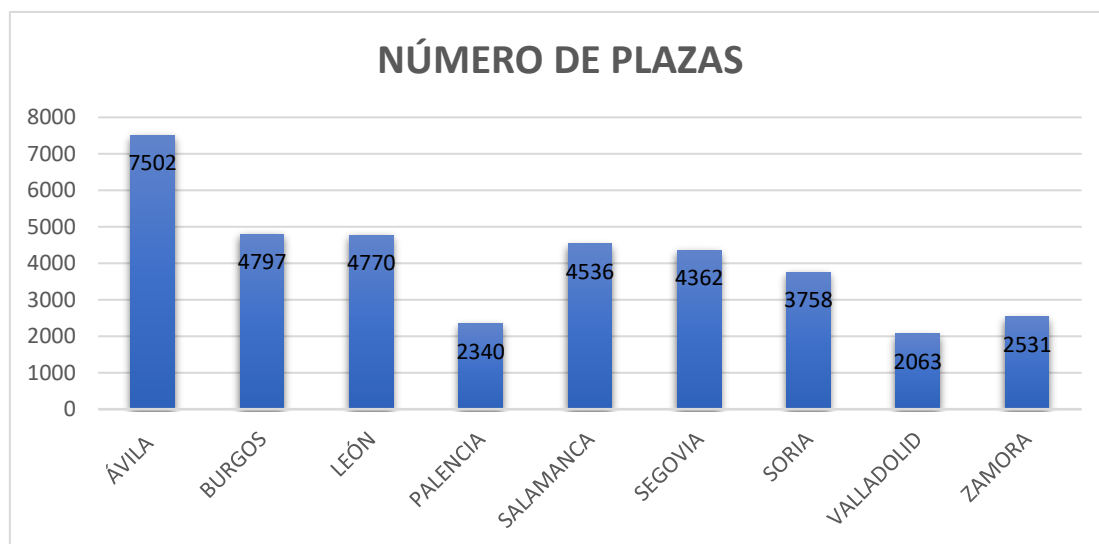
Desde 2012 únicamente se ha reducido el número de alojamientos en Burgos (471 a 458), Palencia (254 a 253) y Salamanca (570 a 559); mientras que en el resto de provincias se ha incrementado. En 2019 el número total de alojamientos creció respecto a 2018 un 2,12%.

2.1.2 Número de plazas disponibles

Vistos los alojamientos y su evolución en los últimos años, ahora nos centramos en el número de plazas, este número de plazas disponibles no siempre va ligado al número de alojamientos disponibles. En algún caso, como Burgos, que cuenta con 458 alojamientos, 103 alojamientos menos que León, el número de plazas ofertadas es mayor,

27 plazas más. Si realizamos un cálculo medio de número de plazas por alojamiento turístico, observamos que en Burgos se alcanza la cifra de 10,5 plazas por término medio, mientras que en León es algo inferior, 8,5, 2 plazas menos de media por alojamiento (ver gráfico 4).

Gráfico 4. Número de plazas por provincias en 2019



Fuente: Elaboración propia según datos de la Junta de Castilla y León (Boletín coyuntura turística Castilla y León, Resultados 2019).

Tabla 3. Plazas desglosadas por tipos de alojamientos

PROVINCIAS	C.R.A.C.	C.R.A.	POSADAS	HOTEL RURAL	TOTAL
ÁVILA	75	5533	761	1133	7502
BURGOS	264	3049	357	1127	4797
LEÓN	293	2251	182	2044	4770
PALENCIA	38	1394	211	697	2340
SALAMANCA	93	3117	331	995	4536
SEGOVIA	100	2981	323	958	4362
SORIA	166	2340	368	884	3758
VALLADOLID	17	1184	253	609	2063
ZAMORA	32	1221	361	917	2531
TOTAL	1078	23070	3147	9364	36659

Fuente: Boletín coyuntura turística Castilla y León, Resultados 2019.

*C.R.A.C.= Casas rurales de Alojamiento Compartido

*C.R.A.= Casas rurales de Alquiler

Si observamos la tabla 3, lo que sigue predominando son las plazas en las casas rurales de alquiler, que suponen un 63% del número de plazas ofertadas, seguido por los hoteles rurales con un 25% del total de las plazas, las posadas con el 9% y las casas rurales compartidas el 3%.

Respecto al año anterior, es decir, comparando con 2018, en todas provincias ha aumentado el número de plazas menos en León y Zamora. Estas provincias han tenido una evolución negativa. León arroja los peores datos, -0,63%; pasó de tener 4800 plazas en 2018 a 4770 en 2019 y Zamora de un -0,16%, pasando de 2535 a 2531 plazas. La provincia que mayor evolución positiva ha tenido respecto a 2018 ha sido Palencia con un 7,24%, pasa de 2182 plazas a 2340.

Aunque hay datos con resultados negativos, en el total de la comunidad la variación respecto del año 2018 es positiva, un 2,33% más de plazas, este dato concuerda con el crecimiento en el número de alojamientos que ha habido en el mismo periodo.

En el siguiente apartado nos centraremos en el análisis interno de las casas rurales de Castilla y León, características, servicios, actividades y precios que rigen en las distintas provincias.

2.2 Análisis de las casas rurales en Castilla y León

Para llevar a cabo este estudio nos hemos decantado por realizar un pormenorizado análisis de las casas rurales de Castilla y León. Para lograrlo, se han recogido datos en el buscador de la web <https://www.escapadarural.com/> , de las 10 casas rurales mejor valoradas de cada una de las nueve provincias de esta comunidad, escogiendo entre las que tenían más valoraciones por parte de los usuarios y una mayor puntuación. De todas las casas rurales seleccionadas con al menos 15 valoraciones hemos extraído los datos para rellenar los ítems de nuestra tabla. La elección del portal de “EscapadaRural” no es gratuita, sino que es como consecuencia de ser uno de los buscadores con mayor número de casas rurales y más especializado de España. También es de agradecer la claridad de la información en su página, sus opciones de filtros y la ordenación de las casas, puesto que ayuda mucho a la hora de realizar este estudio.

Cabe destacar que no es un análisis objetivo puesto que está basado en las valoraciones desinteresadas de los turistas en la citada web. La finalidad que tiene este análisis es poder tener una idea global y más cercana a la realidad de las características, servicios, actividades y precios que ofrecen las casas rurales a sus clientes.

Como podemos apreciar más adelante la tabla 4 de nuestro estudio está dividida en 3 partes. La primera informa sobre las características que tiene el alojamiento, fijándonos si dispone de reserva online, si está presente en las redes sociales y la media de plazas de las que disponen los alojamientos en la provincia. La segunda parte incluye

los servicios de los que disponen las casas y en la última encontramos las actividades que ofertan las propias casas o bien tienen subcontratadas con alguna empresa.

Justifico este método de recogida de información porque, hay muchas personas que al concluir su estancia valoramos y puntuamos nuestro viaje en la propia página donde lo hemos reservado, comentando sobre los alojamientos en los que nos hospedamos y las actividades realizadas, bien para promocionarlo o bien para realizar críticas constructivas. Esta es una forma de conocer la opinión de clientes y las características de los alojamientos en “tiempo real”, ya que la información está actualizada en la página. Se podía haber realizado un cuestionario personal a algunos clientes, pero esto tiene el inconveniente de que, si no es muy reciente la visita, les pueden asaltar las dudas a la hora de valorar algunos servicios o las actividades realizadas, o bien, tener una visión distorsionada de su propia experiencia del viaje. La forma de recogida de información que hemos llevado a cabo cuenta además con la ventaja de que también se puede recoger más información de un mayor número de personas.

Tras el análisis, hemos elaborado la tabla 4 (ver página siguiente) en donde se plasman todos los valores obtenidos sobre las diferentes casas rurales según el ítem seleccionado. La puntuación otorgada va desde 0 hasta 10, dependiendo de si las casas rurales tuvieran esa característica, servicio o actividad, siendo 0 = ninguna y 10 = todas.

Tabla 4. Datos obtenidos en el análisis de las 10 casas rurales de cada provincia

	ÁVILA	BURGOS	LEÓN	PALENCIA	SALAMANCA	SEGOVIA	SORIA	VALLADOLID	ZAMORA	TOTAL
CARACTERÍSTICAS										
RESERVA ONLINE	10	10	10	9	10	9	10	10	10	9,8
REDES SOCIALES	7	8	9	6	5	6	5	5	7	6,4
MEDIA DE PLAZAS	11,7	12,8	9,1	10,1	10	12,4	12	13,2	16,6	11,99
SERVICIOS										
ACCESIBILIDAD DISCAPACITADOS	1	1	2	0	2	1	2	2	5	1,8
ACCESO A INTERNET	6	8	6	3	5	6	9	5	8	6,2
ACTIVIDADES NIÑOS	4	9	7	5	4	7	8	10	8	6,9
ADMISIÓN ANIMALES	8	8	7	6	5	6	4	6	5	6,1
AIRE ACONDICIONADO	2	1	3	0	1	0	0	1	1	1,0
BARBACOA	8	8	10	8	8	9	8	10	6	8,3
CHIMENEA	10	9	10	8	7	9	8	8	8	8,6
COCINA EQUIPADA	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
COMIDAS	2	2	1	1	0	2	2	2	5	1,9
CUNA	8	6	10	6	10	8	10	9	9	8,4
DESAYUNOS	4	4	1	1	2	1	3	2	5	2,6
HIDROMASAJE	4	2	4	0	3	3	3	3	1	2,6
JARDIN	8	9	10	8	6	8	7	7	10	8,1
PISCINA	5	1	2	1	5	2	1	2	5	2,7
TERRAZA	8	7	9	7	8	7	8	7	6	7,4
APARCAMIENTO	9	9	7	8	8	7	5	7	8	7,6
ACTIVIDADES										
MULTIAVENTURA	7	6	7	3	7	4	7	4	4	5,4
PAINTBALL	4	4	6	2	5	6	4	5	3	4,3
PESCA	7	6	7	5	8	5	7	8	5	6,4
PIRAGÜISMO	6	3	5	3	8	6	5	4	4	4,9
QUADS	3	1	4	1	5	3	2	2	0	2,3
RECOGIDA DE SETAS	7	6	9	7	7	7	9	7	4	7,0
RUTA BICICLETA	9	8	9	10	10	9	9	9	8	9,0
RUTAS 4X4	2	2	6	4	4	3	3	2	1	3,0
RUTAS GASTRONÓMICAS	4	2	9	5	8	7	5	7	5	5,8
SENDERISMO	10	9	10	10	10	10	10	9	10	9,8

Fuente: Elaboración propia según datos de la página web "EscapadaRural" (2020).

2.2.1 Características y precios

Como hemos podido observar en la anterior tabla 4, prácticamente la totalidad de las casas rurales, de las diferentes provincias, cuenta con la opción de **reserva online**. Ésta es una buena señal ya que los propietarios se están adaptando a los nuevos medios que las tecnologías actuales les ofrecen. En el apartado de **redes sociales** hemos tenido en cuenta si cuentan con web propia, Facebook, Instagram y Twitter. En todas las provincias el 50% o más de las casas rurales tienen redes sociales, aunque solo sea Facebook. También debo destacar que en algunas casas venía reflejado que tenían Facebook o Instagram, pero al intentar acceder al mismo daba error, así que no se ha valorado en la tabla. Por lo demás, hay algunas casas que dedican mucho esfuerzo y recursos en las redes sociales, ya que es una de las mejores formas de publicitarse y, por el contrario, otras, sin embargo, tienen más descuidada esa faceta. Salamanca, Soria y Valladolid son las provincias en las que los propietarios menos interactúan en las redes sociales.

Según los datos obtenidos por el barómetro del turismo rural de 2019 creado por Clubrural, Castilla y León es una de las comunidades que se situaría por debajo de la media nacional en sus precios. Esta estipulación se sitúa entre la temporada alta (julio y agosto, Navidad, Semana Santa, puentes y festivos), donde el coste es mayor, y la temporada baja en la que el coste es menor. La diferencia entre ambas es de unos $\pm 15\text{€}$ por día.

Tabla 5. Precio medio de una noche por persona

PRECIO ALQUILER DE LAS CASAS RURALES	
PROVINCIA	PRECIO MEDIO NOCHE/PERS.
ÁVILA	28 €
BURGOS	25 €
LEÓN	25 €
PALENCIA	25 €
SALAMANCA	24 €
SEGOVIA	30 €
SORIA	24 €
VALLADOLID	28 €
ZAMORA	25 €

Fuente: Elaboración propia según datos de Clubrural (Barómetro del turismo rural, 2019).

En la tabla anterior se muestra una relación del precio medio por pernoctación en cada provincia, siendo los más elevados en las provincias de Segovia, Valladolid y Ávila. Por el contrario, con 6€ de diferencia con Segovia se encontrarían Salamanca y Soria en

las que el precio medio sería de 24€. La media por persona y noche en la comunidad sería de **26,3€**, lo que nos lleva a considerar que el precio por una semana completa se estime en **157€**.

En otras Comunidades el precio es muy superior. Un buen ejemplo son las Islas Baleares que cuenta con los precios más elevados de España. Una noche por persona cuesta de media 68,5€, casi el triple que Castilla y León, seguida por Madrid (34€) y el País Vasco (32€).

Por el contrario, la comunidad más barata para hacer turismo rural es Murcia que, con una media de 22€, lleva siendo unos cuantos años la opción más económica en nuestro país. La segunda Comunidad más barata es Asturias (25€). Por lo tanto, el precio de una semana completa en las Islas Baleares, que es el destino más caro, rondaría de media los 411€. Sin embargo, en la comunidad murciana supondría un coste cercano a los 132€. Como puede apreciarse hay una gran diferencia (279€) entre ambas Comunidades.

2.2.2 Servicios ofrecidos

En cuanto a los servicios ofertados por las casas se puede ver que las casas rurales están muy poco preparadas en cuanto a la **adaptación para personas discapacitadas**. Zamora sería la provincia mejor equipada y en Palencia ninguna de sus casas está preparada, por lo tanto, es un nicho de mercado en el que poder mejorar y poder dar un servicio adecuado.

Rasgos comunes y mayor ofertados son la disposición de **cocinas equipadas**, la disponibilidad de **cuna** para los bebés, **chimeneas** en las casas, **barbacoa** y **jardín**. Éste último, por lo general, suele estar equipado con distintos muebles de exterior para el descanso y relax de sus ocupantes. A pesar de que la gran mayoría de casas disponen de jardín, son pocas las que tienen **piscina**. En provincias como Ávila, Salamanca y Zamora sí que es más común que las casas cuenten con ella, ya que la mitad de los alojamientos la tienen, pero en las otras provincias es más bien inusual.

Al tener cocinas equipadas en todas las casas, los servicios de **comidas** y **desayunos** son poco comunes salvo en Zamora donde es más habitual este servicio. **Terrazas** y **zonas de aparcamiento** son bastante habituales en todas las provincias, al igual que las **actividades para los niños**, algo frecuente y que cada vez atrae a más familias con hijos pequeños.

El **acceso internet** como se puede ver en la tabla 4 no es igual en todas las provincias. Soria, Burgos y Zamora, a pesar de ser zonas donde se busca el descanso y la desconexión, disponen de internet en casi todos sus alojamientos. Por el contrario, Salamanca o Valladolid solo disponen de él en la mitad de los alojamientos, Palencia solo lo posee en 3 casas de las 10 seleccionadas.

Por último, cabe destacar que la **admisión de mascotas** cada vez es más relevante y va cobrando más peso en los alojamientos, ya que son muchas las parejas o familias que viajan acompañadas de ellas.

2.2.3 Actividades ofertadas

Aunque no estén todas las actividades ofertadas en todas las casas, hemos recogido los datos de las más solicitadas por los turistas. Como vemos en la tabla nº4, las actividades más ofertadas son el **senderismo**, **las rutas en bicicleta** y la **recogida de setas**. Actividades acuáticas como la **pesca** están presente por toda la Comunidad, aunque depende de la cercanía que tenga el alojamiento con un río o lago. Actividades de motor como las **rutas 4x4** o **rutas con quads** predominan en provincias como León y Salamanca. Otras actividades como el **paintball**, los deportes **multiaventura** o las **rutas gastronómicas** se encuentran presentes en gran parte de las casas de todas las provincias puesto que cada vez es mayor el número de jóvenes que se aloja en estos establecimientos y demanda este tipo de entretenimiento.

Como ya he indicado antes, este análisis no es objetivo y no representa la realidad absoluta de las características de las casas rurales de la comunidad, pero es un reflejo de la misma. Nos ha permitido conocer las características comunes y también las carencias que tienen, para subsanarlas hay que intentar dar recursos y medios desde las diferentes administraciones y afán e interés del propio empresario.

CAPÍTULO III: Evolución de la demanda del turismo rural en Castilla y León

3.1 Perfil del turista rural

Después de consultar y contrastar estudios acerca del perfil del turista rural o fuentes como el Observatorio de Turismo Rural (2019), informes de la agrupación “Ventederural” (2019) o algunos datos del INE, hemos podido concretar un poco más acerca de sus gustos, sus preferencias, edad, etc.

- Si tenemos en cuenta el sexo del turista, un 54% de los hombres son los que se interesan por el turismo rural y reservan los alojamientos, respecto a un 46% de mujeres, aunque estas son las que toman la decisión final según un informe de Ventederural².
- La franja de edad más destacada en estos turistas es la de 35 a 49 años, con tendencia en edades más avanzadas, así que se podría estimar en una media de 45 años.
- Este tipo de viajero proviene en su mayor parte de las grandes ciudades, intentando escapar del estrés, del alto ritmo de vida y del turismo masivo. Normalmente son personas dedicadas al mundo de las finanzas, tecnología y el deporte, profesiones que requieren una alta concentración y que generan mucho estrés, por lo que prefiere emplear su tiempo libre para desconectar y relajarse.
- El turista rural suele tener un nivel de estudios medio-alto, con estudios universitarios. Podríamos decir que es un turista culto, interesado en el aprendizaje, comprender el medio y a la vez bastante curioso.
- Prefiere hacer sus escapadas **acompañado**. Casi la mitad de ellos prefieren ir acompañados de su pareja, en concreto el 49%, un 36% suele ir acompañado de su familia y solo un 15% acompañado por amigos. Hay que destacar que desde hace unos años los viajes en solitario están ganando fuerza, de esta forma las personas se evaden del mundo que los rodea, buscan tranquilidad y conocer nuevos lugares.
- El **transporte** preferido por los turistas es el vehículo privado, ya sea el propio vehículo del turista o un vehículo de alquiler, ya que en muchas ocasiones no

² Informe sobre el perfil de turistas rurales en redes sociales (2019). <https://bit.ly/2Utr65q>
Presentación y evolución del turismo rural en Castilla y León
De la Fuente Ramos, Iván

existe la posibilidad de visitar zonas muy aisladas en transporte público. Además, este medio les permite flexibilidad de horarios en sus desplazamientos. Sin embargo, en zonas donde disfrutar de la gastronomía y en concreto, zonas enoturísticas, viajar en tu propio vehículo supone un hándicap, ya que beber vino y conducir no es recomendable. Por eso se está imponiendo en el enoturismo las escapadas en grupos concertados que les ofrecen la posibilidad de viajes organizados.

- En comparación con otros tipos de turismo, como el turismo de sol y playa, en los cuales la previsión de la reserva de las vacaciones se hace con una antelación de entre 3 y 6 meses, en el turismo rural el tiempo de antelación de la reserva es relativamente corto, ya que la mayoría de los turistas suelen **reservar** con una antelación máxima de 2 meses, siendo lo general una antelación menor al mes. También es cierto que, en el turismo de sol y playa, el periodo de estancia es más largo por lo cual hay que reservar con mayor antelación.
- La mayor parte de las personas reservan principalmente el alojamiento con mayor antelación, sin embargo, los demás **servicios o actividades complementarias** son reservadas durante la estancia, como las visitas de monumentos, lugares de interés, servicios gastronómicos, etc.
- **Lo que más valoran los turistas** a la hora de elegir un destino es la abundancia de opciones de **ocio al aire libre**, entrar en contacto con la naturaleza. Muchos turistas optan por salir de su propia comunidad autónoma para realizar escapadas y conocer lugares diferentes. También valoran mucho la posibilidad de visitar un entorno cultural, actividades que sirven para descubrir la riqueza cultural de los pueblos, la belleza de los paisajes, la empatía y cercanía de sus gentes. Todo ello, combinado con una oferta turística que pueda complementar su viaje como descubrir la riqueza gastronómica del entorno o poder practicar deportes de aventura, como descensos en canoas, senderismo, trekking, rafting, etc., es, indudablemente, el mejor reclamo para cualquier posible cliente.

Para conocer cómo se formaliza **la reserva**, hay que concretar dos cosas: la forma preferida de hacer la reserva por parte de los clientes y cómo se acaba realizando la reserva, es decir, cómo prefirieren reservar los clientes y cómo prefieren que les reserven los propietarios.

- a) Por parte de los *clientes* la preferencia hacia la **reserva online** desde 2017 ha crecido casi en un 15%; en la actualidad un 70% de los clientes prefieren reservar su alojamiento de forma online a través de cualquier dispositivo móvil, tablet o portátil, ya que cada vez hay más formas de pago y también son más rápidas y seguras. La segunda forma de reserva preferida es la **vía telefónica**, aunque con menor peso y por último el **e-mail**.
- b) Ahora bien, en el caso de los *propietarios* cada vez son más los que se están adaptando al **uso de las nuevas tecnologías** pese a que todavía existe una gran brecha tecnológica entre ellos. Según los datos aportados en el informe "Smart Rural"³, únicamente un 15% de los turistas consiguen hacer su reserva online directamente con el establecimiento. Un 24% de ellos la debe de hacer mediante llamada telefónica y el resto accediendo desde algún portal de turismo rural mediante el correo electrónico. Muchos propietarios todavía prefieren el **pago del servicio** en efectivo, en el momento de empezar o finalizar la estancia.
- c) Una de las principales preocupaciones a la hora de reservar por parte de los clientes es la **cancelación**. Poder cancelar las reservas con muy poca antelación y poca penalización sería un tema por mejorar por parte de los hoteleros, así como la posibilidad de poder **contratar paquetes** de alojamiento + actividades, y no tenerlo que contratar de forma separada.
- d) Otro punto importante que deberían revisar quienes regentan estos establecimientos sería tener actualizado el periodo de **disponibilidad** de la estancia, ya que hasta un 40% de los clientes descartan directamente el alojamiento por no tener la información en su web, al día y visible.

El **gasto medio de los turistas** por persona y día en la estancia según el Observatorio de Turismo Rural (2019) es de **40€**, cifra que aumenta o disminuye dependiendo de la compañía con la que viajen; si se viaja con la pareja el presupuesto sube, en cambio si se viaja con familia o amigos el presupuesto baja. En cuanto al **presupuesto para la comida** por persona y día estaría en torno a **30€**. Aquí sucede lo mismo que con la estancia; con amigos y familia es algo menor y sin embargo la cifra aumenta al viajar en pareja. El presupuesto para la **realización de actividades** se situaría en torno a los **25€** diarios, manteniendo el mismo patrón de cifras superiores o inferiores según la forma de viajar.

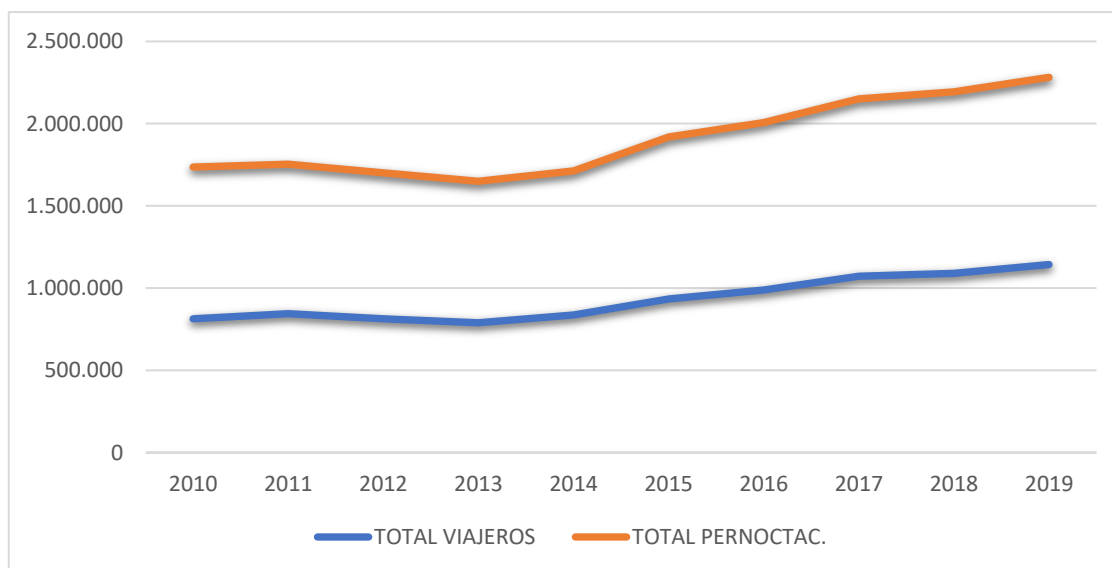
³ Smart Rural, retos pendientes para la digitalización del sector: <https://bit.ly/3oarEcX>
Presentación y evolución del turismo rural en Castilla y León
De la Fuente Ramos, Iván

De todo lo anteriormente expresado obtenemos la siguiente **conclusión**: la principal razón para que los turistas aumentaran la frecuencia de sus viajes sería, sin duda, recibir ofertas con precios rebajados o al mismo precio, pero incluyendo algo distinto, algo que le dé a la oferta un valor añadido, ya que por el momento lo que más valora el cliente es el precio. Pero aparte de esto, es importante dar al turista una *oferta personalizada*. Se que es un objetivo difícil de lograr porque cada cliente cuenta con diferentes exigencias y cada vez mayores, pero si se logra, se conseguiría uno de los objetivos más deseados en el mercado, la **fidelización de los clientes**. (El consumer journey del viajero rural, 2019).

3.2 Número de viajeros, pernoctaciones y estancia media

Como podemos observar en el gráfico 5, hemos reflejado en el gráfico de líneas los datos de la evolución del número de viajeros y pernoctaciones en Castilla y León a lo largo de los últimos 10 años. Estos datos han sido obtenidos de los boletines de coyuntura turística de Castilla y León, desde el año 2010 hasta 2019.

Gráfico 5. Evolución viajeros y pernoctaciones del año 2010 al 2019



Fuente: Elaboración propia según datos de la Junta de Castilla y León. (Boletín coyuntura turística Castilla y León, 2010-2019).

Analizando la gráfica observamos que entre los años 2010 y 2013 hay una ligera recesión en el número de viajeros y pernoctaciones. La curva desciende hasta 789.183 viajeros y 1.649.577 pernoctaciones, seguramente a causa de la crisis económica generalizada sufrida en estos años. A partir de 2013 se mantiene una constante

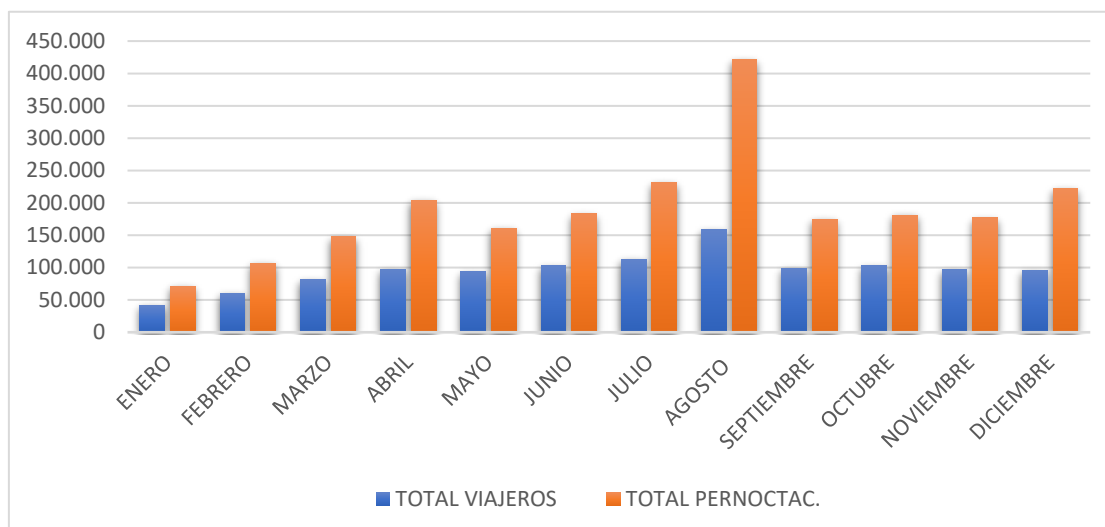
ascendente hasta 2019, destacando principalmente el incremento en 2015 respecto a 2014, lo que suponía un incremento de 200.000 pernoctaciones y 98.000 viajeros. Si comparamos los datos registrados en 2019 con los datos de 2010, se comprueba un incremento del 40,5% en número de viajeros y un 31,4% en número de pernoctaciones.

Según los datos ofrecidos por la Junta de Castilla y León (Boletín coyuntura turística Castilla y León, 2019, pág.1), en 2019 tuvimos un total de 8.908.841 viajeros que visitaron nuestra Comunidad. En comparación con las cifras de 2018, supone un crecimiento del 5,55% del número de viajeros que eligen Castilla y León para sus viajes. De estos 8.908.841 viajeros, 1.143.363 son exclusivamente del turismo rural, un 12,83% de todos los viajeros de la Comunidad. De todos los viajeros que hacen turismo rural 101.250 proceden del extranjero.

En la gráfica 6 se puede observar también, que la temporada con menor número de viajeros corresponde al primer trimestre del año y que el periodo con mayor número de visitantes se corresponden con los meses estivales. Agosto es el mes con mayor número de viajeros con un total de 158.349. De los viajeros que proceden de otras partes del país, el 14% elige dicho mes para visitar Castilla y León. En los meses de junio, julio, octubre, noviembre y diciembre la cantidad total de ellos estaría muy igualada, en torno al 9% del total de viajeros mes. En cuanto a los viajeros procedentes de otros países, el 17% prefieren julio y el 16% septiembre.

Las **pernoctaciones** en Castilla y León llegan a su punto más álgido en el mes de agosto con 421.413, seguidas por el mes de julio con 231.469 y sorprendentemente el tercer mes con mayor número de ellas es diciembre con un total de 222.124 ya que muchas familias, parejas y grupos de amigos optan por pasar el puente de la Constitución y las Navidades en un alojamiento rural. Dependiendo de la fecha en la que sea Semana Santa, marzo o abril, se nota un auge en las pernoctaciones y un mayor número de viajeros en el mes que coincida.

Gráfico 6. Evolución mensual de viajeros y pernoctaciones en 2019



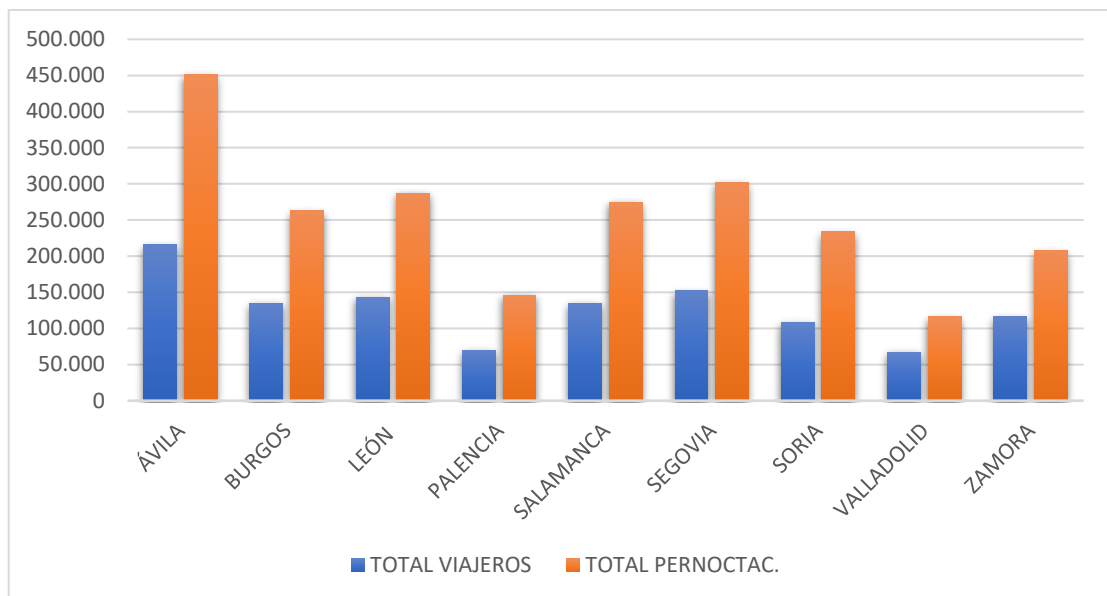
Fuente: Elaboración propia según datos de la Junta de Castilla y León (Boletín coyuntura turística Castilla y León, 2019).

Si analizamos desde el punto de vista de la **distribución de los viajeros por provincias**, ver gráfica 7, Ávila sería la más visitada con casi 216.000 visitantes lo que representa un 18,9% del total, seguida por Segovia con 152.427, un 13,3% y León con 143.284, el 12,5%. En el lado opuesto nos encontraríamos a Soria con 108.654 que representa un 9,5%, Palencia con 70.040, un 6,1% y por último Valladolid con menos de 68.000 visitantes, el 5,9% sobre el total de los viajeros por provincias. Ávila tiene una población cercana a los 157.600 habitantes, por lo cual el número de turistas incrementa en 37,06% su propia población.

Si desglosamos estas cifras en **visitantes españoles y extranjeros** en la Comunidad, vemos grandes diferencias a la hora de elegir destinos. Para los *viajeros españoles*, la provincia estrella es Ávila, con el 20% del total de visitantes nacionales, seguido por Segovia con el 14%. Muchos de estos turistas rurales proceden de Madrid y eligen provincias colindantes para disfrutar sus escapadas. En cambio, para los turistas extranjeros los destinos preferidos son Burgos, con un total de 28.742 visitantes lo que representa el 28% del total de visitantes que proceden de fuera de nuestras fronteras y León que se situaría en segundo lugar con 16.950 lo que supone el 17%. Las pernoctaciones siguen la misma dinámica que los visitantes. Ávila es líder en número de pernoctaciones con 450.957 pernoctaciones, seguido por Segovia con 301.702 y León con 287.311. En el lado opuesto encontraríamos a Palencia con 146.020 y en última posición a Valladolid con menos de 116.000. Al ser Ávila una provincia colindante con Madrid y tener al lado la sierra de Gredos para poder descansar y escapar del bullicio de la capital, muchos

madrileños optan por pasar los fines de semana en la tranquilidad de los pueblos y alojamientos abulenses.

Gráfico 7. Evolución de viajeros y pernoctaciones por provincia en 2019



Fuente: Elaboración propia según datos de la Junta de Castilla y León (Boletín coyuntura turística Castilla y León, 2019).

La estancia media anual de los turistas en nuestra Comunidad suele estar entre 2-3 noches, exactamente en 2,00 noches según los datos registrados en 2019. El mes de agosto de 2020, último mes en que la Junta de Castilla y León ha hecho públicos los datos a través de los boletines de coyuntura, la estancia media de los turistas ha sido de 3,49 noches, 0,83 puntos mayor que en junio de 2019, lo que no deja de ser un gran dato puesto que los turistas este año hacen estancias más largas en los alojamientos pese a la actual situación. Este periodo de estancia media viene a demostrar que, el turismo rural actual es un tipo de turismo de fin de semana, puentes y festivos debido al momento que vivimos.

Podemos comprobar en los datos ofrecidos por la Junta de Castilla y León en 2019 según lo reflejado en la tabla 6, que en los meses de agosto, diciembre y abril se observan picos ascendentes en la estancia media de los turistas, constatando que el mayor aumento es en agosto con 2,66 noches. También observamos que el turismo rural está consiguiendo consolidarse como un turismo anual, y no estacional, como muchos pensaban. Debido a esto se está consiguiendo una mayor diversificación de actividades y una oferta más variada dependiendo de la época del año. En el ámbito provincial, las que tienen mayor estancia media son Soria, Ávila y Palencia con una media superior a las 2,08 noches. En el lado opuesto encontramos a Zamora y Valladolid con menos de 1,8 noches.

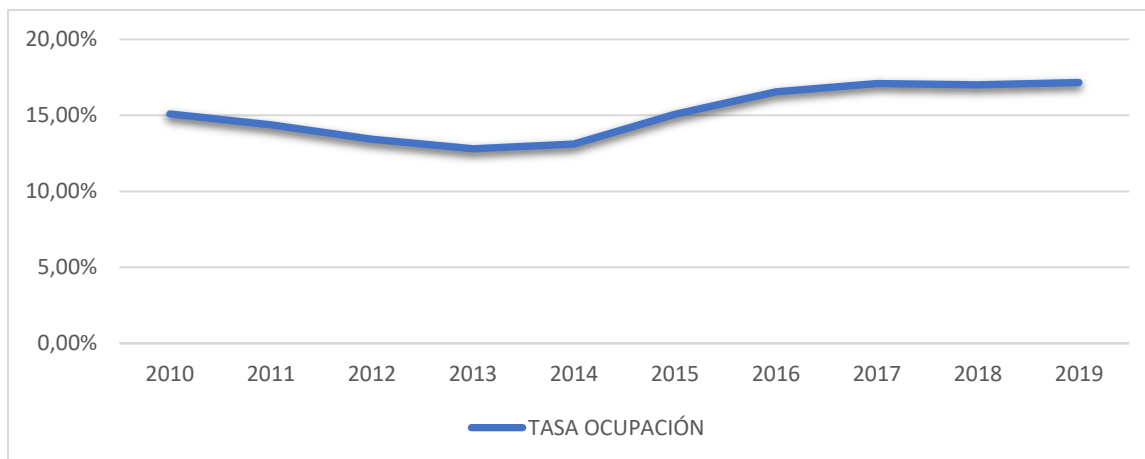
Tabla 6. Evolución mensual del año 2019

EVOLUCIÓN MENSUAL. AÑO 2019													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
VIAJEROS ESPAÑOLES	39.762	57.662	79.168	89.019	82.845	93.937	95.130	145.451	81.938	91.788	93.268	92.145	1.042.113
VIAJEROS EXTRANJEROS	2.202	2.837	2.395	8.661	11.158	8.885	17.340	12.898	16.613	11.107	3.185	3.969	101.250
TOTAL VIAJEROS	41.964	60.499	81.563	97.680	94.003	102.822	112.470	158.349	98.551	102.895	96.453	96.114	1.143.363
PERNOCT. ESPAÑOLES	67.892	101.871	142.466	190.485	146.731	168.948	198.042	389.297	149.897	164.746	172.020	213.875	2.106.270
PERNOCT. EXTRANJER.	3.268	4.863	5.346	13.766	14.377	14.206	33.427	32.116	24.426	16.348	4.788	8.249	175.180
TOTAL PERNOCTAC.	71.160	106.734	147.812	204.251	161.108	183.154	231.469	421.413	174.323	181.094	176.808	222.124	2.281.450
ESTANCIA MEDIA	1,70	1,76	1,81	2,09	1,71	1,78	2,06	2,66	1,77	1,76	1,83	2,31	2,00

Fuente: Boletín coyuntura turística Castilla y León, 2019.

3.3 Tasa de ocupación

Gráfico 8. Evolución en la tasa de ocupación de 2010 a 2019



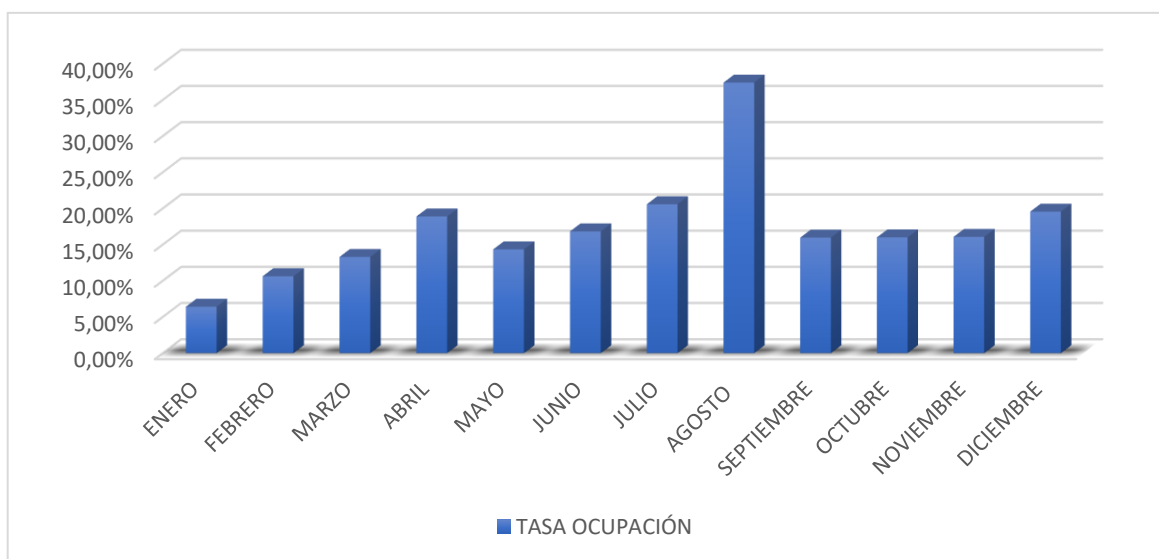
Fuente: Elaboración propia según datos de la Junta de Castilla y León (Boletín coyuntura turística Castilla y León, 2010-2019).

Vamos a analizar el anterior gráfico para ver la evolución que ha tenido la ocupación turística desde el año 2010 hasta 2019 en Castilla y León. Para empezar a estudiar el gráfico 8 hay que definir el concepto **tasa de ocupación**: es la relación en porcentaje entre

el total medio diario de plazas ocupadas en el mes y el total de plazas disponibles. Observamos que entre los años 2010 y 2013 hay una caída de más del 2%, seguramente debido a la anterior recesión económica como ya hemos comentado. Es a partir de 2013 cuando se crea una constante ascendente de la ocupación, viéndose truncada por un leve descenso en 2018, que pasa del 17,10% al 17,01% y de nuevo toma impulso hasta llegar al 17,24% registrado en 2019.

Si analizamos el año 2019, vemos en el gráfico 9 diferentes picos de ocupación mensual. Hay meses en los que se incrementa el porcentaje de ocupación como son agosto con un 37,4%, julio con un 20,6%, diciembre con un 19,5% y abril con 18,9%. Estos meses coinciden con las vacaciones de verano, el puente de la Constitución y Navidad, que son fechas en las que los viajeros aprovechan para hacer sus escapadas. Por el contrario, enero y febrero son los meses que menor tasa registran. Están por debajo del 11%.

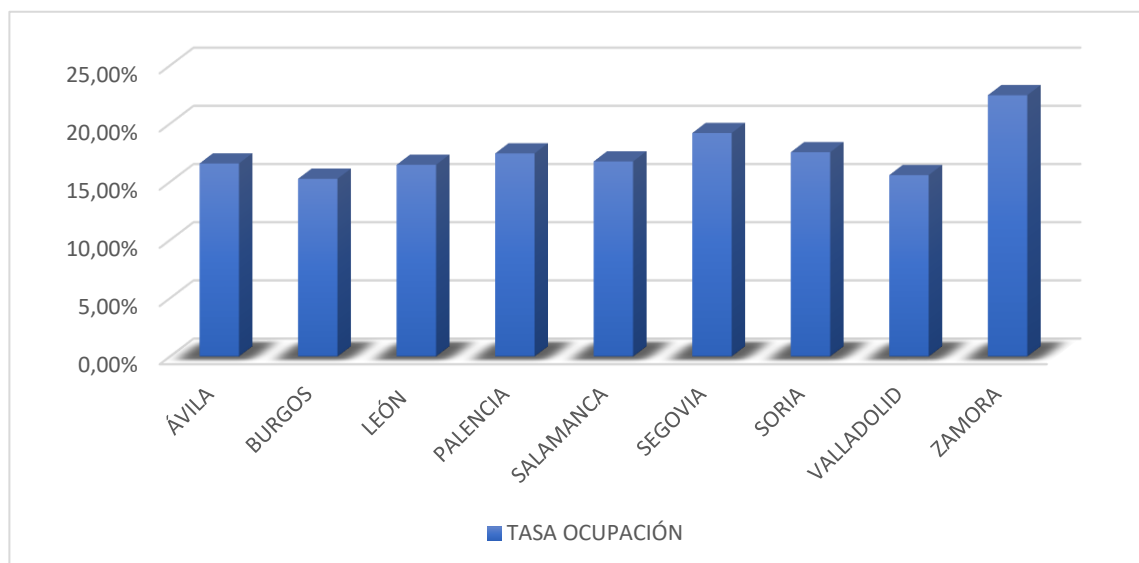
Gráfico 9. Tasa de ocupación mensual en 2019



Fuente: Elaboración propia según datos de la Junta de Castilla y León (Boletín coyuntura turística Castilla y León, 2019).

Si lo analizamos por provincias, en el año 2019 (gráfico 10), encontramos que Zamora era la provincia con mayor tasa de ocupación con un 22,45%, seguida por Segovia con un 19,20% y Soria con un 17,55%. En el lado opuesto encontramos a Burgos con la menor tasa, tan solo el 15,27%. Resulta sorprendente que sea Zamora la provincia que tenía la mayor tasa de ocupación, ya que no era una de las provincias con mayor número de visitantes ni pernoctaciones.

Gráfico 10. Tasa de ocupación por provincias en 2019



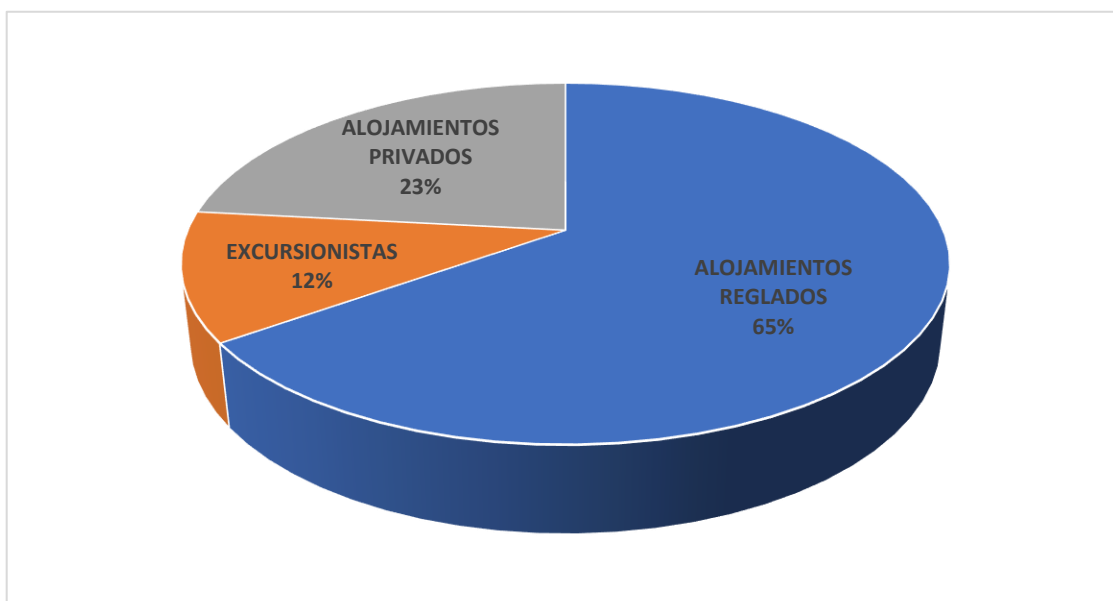
Fuente: Elaboración propia según datos de la Junta de Castilla y León (Boletín coyuntura turística Castilla y León, 2019).

3.4 Gasto de los turistas rurales

Según los datos proporcionados por la Junta de Castilla y León, en el boletín de resultados de 2019, el gasto turístico en la Comunidad ascendió a 2.157.772.369€. Estos gastos se desglosan en gastos en alojamiento, gastos en restaurantes, gastos en transporte, gastos en cultura y ocio, gastos en compras y otros gastos, como veremos más adelante en el gráfico 11. Este gasto total lo podemos diseccionar en:

- Turistas en **alojamientos reglados** cuyo gasto fue de 1.406.462.583€.
- Gastos realizados por los **excursionistas** que ascendieron a 248.812.176€. El gasto es mucho menor ya que son personas que visitan la Comunidad sin pernoctar, no pagan alojamiento.
- Gastos realizados por los turistas en **alojamientos privados**, cuya cantidad ascendió a 502.497.611€.

Gráfico 11. Distribución del gasto turístico total en Castilla y León



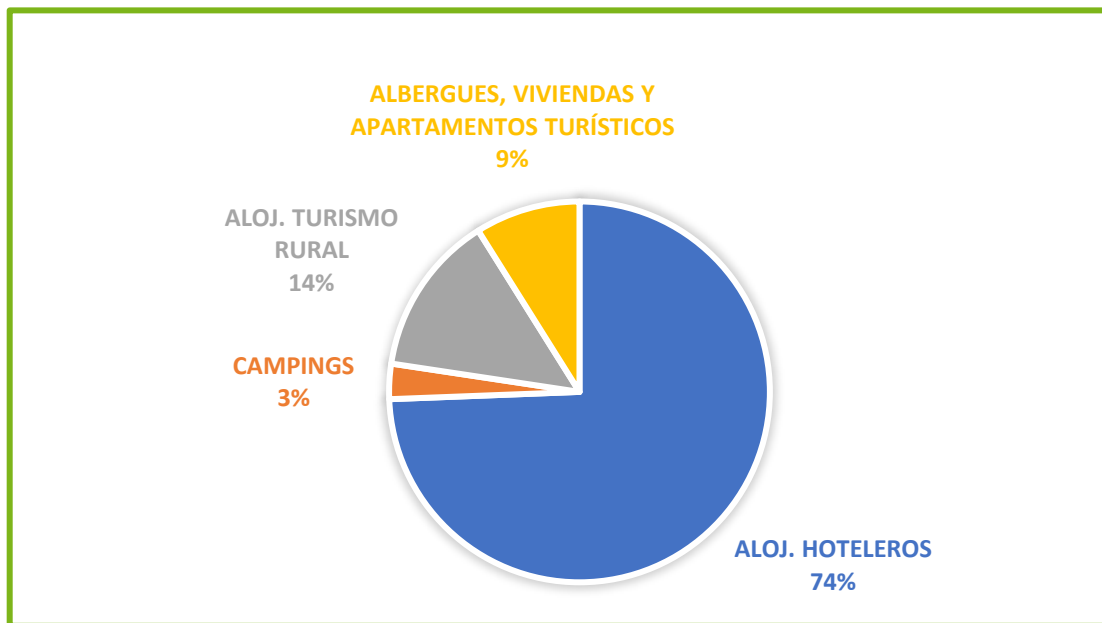
Fuente: Elaboración propia según datos de la Junta de Castilla y León (Boletín coyuntura turística Castilla y León, 2019).

Para analizar el gasto de los turistas rurales nos centraremos en los turistas en alojamientos reglados. Si comparamos 2019 con 2010 el gasto en turismo y el propio gasto en turismo rural han subido de forma evidente. El gasto en turismo se ha incrementado un 69,45% y el gasto en turismo rural en un 73,53%.

	2010	2019	% AÑO RESPECTO 2010
G. TURISMO	830.007.332,15	1.406.462.583	69,45%
G. TURISMO RURAL	111.016.656,92	192.651.486,53	73,53%

Si analizamos este gasto en función del tipo de alojamiento en el que se hospedan los turistas (ver gráfico 12), observaremos que los que más se gastan en la comunidad fueron los hospedados en alojamientos hoteleros con un 74%, seguidos de los alojados en alojamientos rurales con un 14% y, en tercer lugar, los que estaban en albergues, viviendas y apartamentos turísticos con un 9%. Por último, estarían los turistas de campings con un 3%.

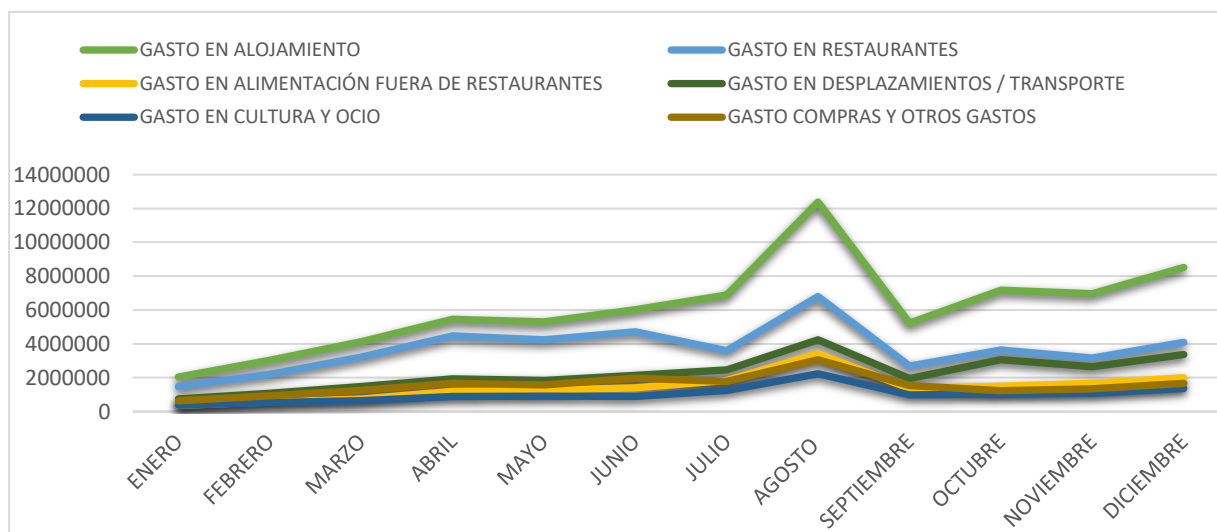
Gráfico 12. Distribución del gasto turístico en alojamientos reglados en Castilla y León en 2019



Fuente: Boletín de resultados de la Junta de Castilla y León, 2019.

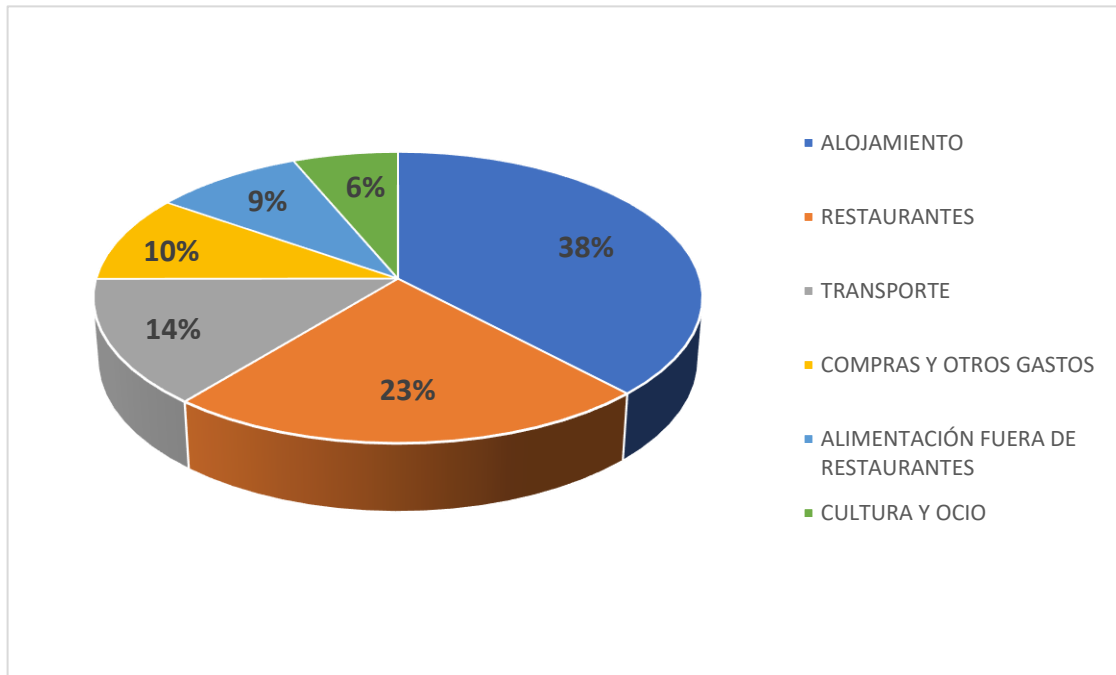
Ese 14% que generó el turismo rural del gasto total en 2019, supuso unos 192.651.487€, una gran suma de dinero que vamos a ver como se repartió en el siguiente gráfico. Como podemos ver en todos los gastos del gráfico 13, su pico más alto se produce en agosto, en el cual se experimentó un gasto de 32.126.027€, seguido a bastante distancia por el mes de diciembre con 21.008.986€.

Gráfico 13. Evolución anual del gasto turístico procedente de los turistas rurales en 2019



Fuente: Boletín de resultados de la Junta de Castilla y León, 2019. Presentación y evolución del turismo rural en Castilla y León De la Fuente Ramos, Iván

Gráfico 14. Distribución del gasto turístico procedente de los turistas rurales en 2019



Fuente: Elaboración propia según datos de la Junta de Castilla y León (Boletín coyuntura turística Castilla y León, 2019).

Como podemos comprobar en el gráfico 14, el mayor gasto de los turistas en 2019 fue en alojamiento donde los viajeros desembolsaron 73.122.659€. En segundo lugar, estaría el gasto en restaurantes con 44.284.773€, lo que afecta ya no solo al sector turístico sino al hostelero y esto nos lleva a pensar que el motivo de muchos de los viajeros que vienen a Castilla y León es poder disfrutar de su gastronomía. El gasto en transporte fue de 27 millones de euros, seguido por el gasto en compras y otros con un total de 18.689.045€. Otros gastos importantes fueron en alimentación fuera de restaurantes con 17.352.776€ y, por último, el gasto en cultura y ocio, con la visita de monumentos, museos y galerías de arte o la realización de actividades recreativas con 12.184.678€.

CAPÍTULO IV: Análisis del turismo rural post Covid-19

4.1 Dificultades para el turismo rural

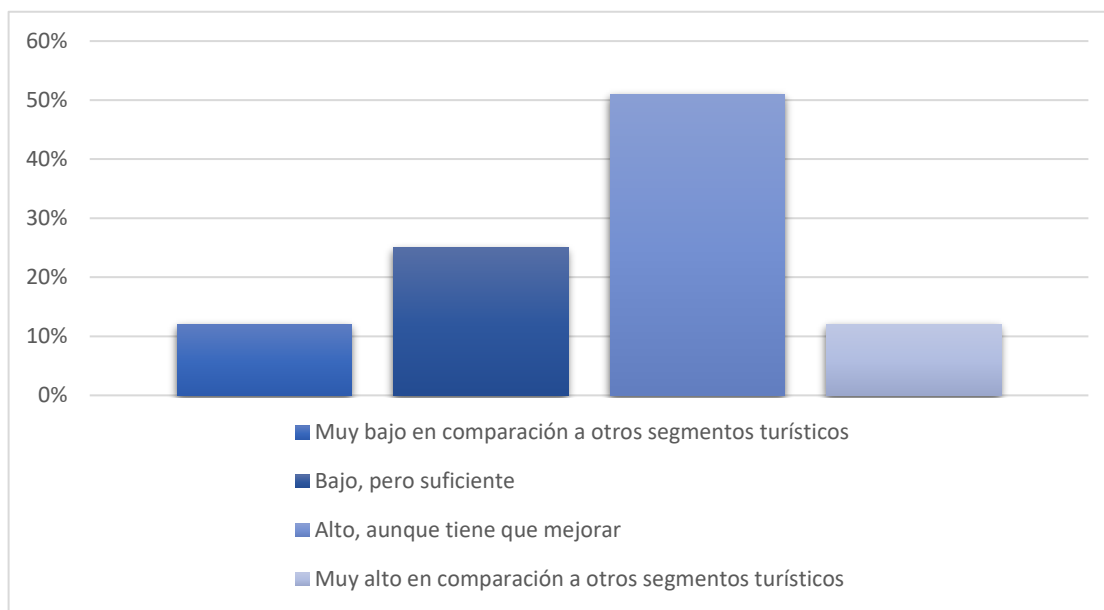
Como en todos servicios y sectores encontramos diferentes problemas o dificultades que afectan a la calidad del servicio, o así lo perciben los clientes, problemas que hay que identificar e intentar subsanar como son la estacionalidad, eventualidad, ilegalidad, etc. A todos estos impedimentos, en el año 2020, hay que sumar la pandemia producida por el Covid-19, la cual ha sido otro obstáculo por el que muchas empresas han tenido que reestructurarse y reinventar sus negocios para seguir en el mercado. A continuación, identificaremos los problemas de forma más concreta.

Uno de los grandes problemas en el turismo rural es la **estacionalidad del servicio**. Aunque se está consiguiendo un turismo anual, es decir, que se mantenga durante todo el año, no deja de mostrar picos mensuales en la tasa de ocupación. Hay gran demanda en festivos, fines de semana y puentes, y en las épocas de mayor preferencia, como son Semana Santa, el verano y últimamente es tendencia el periodo de Navidad, pero hay épocas del año en las que muchos alojamientos están semivacíos y en algunos casos echan el cierre hasta la llegada del aumento de reservas.

La estacionalidad conlleva un problema añadido pues se produce en el sector una gran **eventualidad en la contratación**, es decir, no se mantiene en la mayoría de los alojamientos una plantilla fija anual, sino que se contrata en función de la demanda que se genere en un periodo de tiempo. Esto incide directamente en la profesionalidad y capacitación de los empleados y de los propietarios del negocio. Según los datos expuestos en el barómetro del turismo rural de 2019 que presenta “Clubrural”, un tercio de los propietarios de los alojamientos tienen otras fuentes principales de ingresos, por lo cual, esta actividad es secundaria para obtener unos ingresos extra. Esta cifra, aunque sigue siendo grande, va reduciéndose, ya que en el barómetro de 2017 se reflejaba que eran un 50% los propietarios que tenían este negocio como actividad secundaria.

Todo lo dicho anteriormente implica la despreocupación por el servicio y hay muchos propietarios que reconocen no dedicarle más de 3 horas diarias al negocio, lo que incide directamente en la calidad, en concreto en la promoción, profesionalidad, renovación de conocimientos en materia de leyes y en el uso de nuevas tecnologías para la mejora de la calidad de sus negocios. Podemos observar en el gráfico 15 como el **nivel de profesionalidad** en el turismo rural es todavía muy deficiente e irregular, destacando que un 37% de los profesionales necesitan mejorar. Tan solo un 12% de los profesionales tienen un alto grado de profesionalidad. (“El turismo rural en CyL”, 2017)

Gráfico 15. Nivel de profesionalidad del Turismo Rural en España



Fuente: Observatorio del Turismo Rural.

Otro de los grandes problemas que sufre el sector es la **ilegalidad en los establecimientos hoteleros**. Muchos de los establecimientos en este sector no cumplen con la normativa en vigor en su Comunidad. La encuesta a propietarios realizada por el Observatorio de Turismo Rural en 2019 reveló que un 35% de los propietarios solo estudian la normativa a la hora de abrir el negocio y no la vuelven a repasar. Tan solo aproximadamente un 4% los que la desconocen totalmente, está cifra disminuye con el paso de los años, lo cual es un aspecto positivo. En el caso de Castilla y León esta normativa corresponde al Decreto 65/2015, de 8 de octubre, por el que se regulan los establecimientos turísticos de alojamiento hotelero en la Comunidad de Castilla y León. (BOCyL 09-10-2015 y corrección de errores BOCyL 27-10-2015). Ante la gravedad de lo expresado anteriormente sería necesario proporcionar medios a los empresarios para facilitarles el conocimiento de la legislación vigente.

Otra dificultad más con la que se encuentra el sector es la **mejora de las comunicaciones**. Aunque uno de los puntos fuertes en este tipo de turismo sea la desconexión, la relajación y el descanso, muchas personas necesitan seguir comunicadas debido a sus trabajos, familia, etc. Para ello el alojamiento debe de contar con una buena **conexión a internet**. Por desgracia, algunos de estos alojamientos carecen de ella o su conexión es deficiente. Como podemos observar en el gráfico 16, casi la mitad de los alojamientos no dispone de una buena conexión a internet, ni en sus negocios ni para sus clientes. En el caso de un negocio, esto condiciona bastante el intentar promocionarlo y gestionarlo de forma online, ya que, en el último año, más del 60% de los clientes tramitó

sus reservas de forma online, porcentaje que cada año crece debido a la mejora en las nuevas tecnologías y el fomento de su uso. Hoy día es considerada la principal forma de hacer las reservas.

Gráfico 16. Conexión a Internet en España de los diferentes alojamientos turísticos rurales



Fuente: Observatorio del Turismo Rural.

A todas estas dificultades hay que sumarle la repercusión que ha generado **el Covid-19**, lo que plantea una “nueva normalidad” a la que, empresarios y turistas tenemos que adaptarnos, ya que va a generar algunos cambios respecto de lo anterior. En el mes de mayo hubo pronósticos favorables hacia el turismo rural. Se esperaba que se incrementaran en gran número las reservas en muchos alojamientos rurales tras su reapertura en los meses de junio y julio, época en la que la demanda es muy fuerte como hemos visto en gráficas anteriores. Lo cierto es que no ha sido así, según los datos facilitados por la Junta de Castilla y León.

Como podemos ver más adelante en la tabla 7, en la que comparamos los datos de verano de 2019 y verano de 2020, se comprueba que ha habido un gran declive tanto en el número de viajeros como en las pernoctaciones, el único dato que podemos extraer positivo de esta comparativa es el grado de ocupación en el mes de agosto que creció un 3,71% más que en 2019. Tanto es así, que únicamente en junio ha habido 194 viajeros procedentes de otros países. Esto es consecuencia del cierre de fronteras que se ha

producido durante este mes. Nos tenemos que remontar hasta años anteriores a 2003 para encontrar una cifra tan baja de viajeros extranjeros en un mes.

Tabla 7. Comparativa entre verano 2019 y verano 2020

COMPARATIVA VERANO 2019 Y VERANO 2020					
	VIAJEROS ESPAÑOLES	VIAJEROS EXTRANJEROS	TOTAL VIAJEROS	TOTAL PERNOCACIONES	GRADO OCUPACIÓN
JUNIO 2019	93.937	8.885	102.822	183.154	16,82%
JUNIO 2020	10.887	194	11.081	23.157	4,71%
VARIACIÓN	-88,41%	-97,82%	-89,22%	-87,36%	-12,11%
JULIO 2019	95.130	17.340	112.470	231.469	20,57%
JULIO 2020	69.527	4.046	73.573	199.755	24,28%
VARIACIÓN	-26,91%	-79,67%	-34,58%	-87,36%	3,71%
AGOSTO 2019	145.451	12.898	158.349	421.413	37,39%
AGOSTO 2020	77.770	3.455	81.225	283.744	37,28%
VARIACIÓN	-46,53%	-73,21%	-48,71%	-32,67%	-0,01%

Fuente: Elaboración propia según datos de la Junta de Castilla y León (Boletín coyuntura turística Castilla y León, junio, julio y agosto 2020).

4.2 Nuevas posibilidades para el turismo rural tras el Covid-19

Con la llegada del Covid-19, desde el 14 de marzo hasta finales de mayo, muchos alojamientos han permanecido cerrados. Esto ha sido un duro golpe para los empresarios porque aparte de cerca de los 2-3 meses de inactividad, una de las fechas fuertes para el negocio es la Semana Santa, la cual ha coincidido durante el periodo de cierre.

A pesar de esta pésima situación, se presenta una nueva oportunidad para el sector, ya que el turista en esta primera etapa, después del estado de alarma, busca un turismo cercano, es decir, destinos nacionales, con espacios aislados, para pasarlo en pareja, con amigos o con la familia, fuera del turismo de masas para no interactuar con gran cantidad de personas en playas o ciudades abarrotadas de gente. Para muchos se abre una oportunidad para reinventarse. Como en otros sectores, los empresarios tienen que adaptarse a las nuevas medidas higiénico-sanitarias propuestas por el Estado y las Comunidades. Esto se traduce en la desinfección del alojamiento, mamparas, cierre de zonas comunes, reducción de aforos, el menor contacto posible con el turista, etc. En el caso del turismo rural todo esto puede ser algo más fácil de conseguir, ya que muchos turistas se alojan en casas aisladas y particulares, no tienen contacto con más gente y no hay zonas comunes para compartir.

4.3 Análisis DAFO

Para tener una idea nítida de la situación actual por la que atraviesa el sector turístico rural en Castilla y León vamos a realizar un análisis **DAFO**. Este consiste en realizar un estudio de forma esquemática utilizando cuatro variables: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. **Debilidades** y **fortalezas** se refieren a **variables internas** del producto o servicio mientras que **amenazas** y **oportunidades** se refieren a **variables externas**.

- **Debilidades:** Características en las cuales se posee una posición desfavorable respecto a nuestros competidores.
- **Amenazas:** Factores que están fuera de nuestro control y que pueden afectar o perjudicar gravemente a la organización si no son vistas a tiempo. Las amenazas reconocidas a tiempo pueden ser reconvertidas en oportunidades.
- **Fortalezas:** Características y recursos que nos hacen tener ventaja respecto a la competencia; son una herramienta de diferenciación frente al resto.
- **Oportunidades:** Se trata de nuevos recursos que pueden ser aprovechados por la organización y que pueden aportar una diferenciación y una ventaja respecto a los competidores si son reconocidas.

El objetivo de este análisis es ver las principales fortalezas y debilidades que posee el turismo rural en Castilla y León, advertir las amenazas y percibir las oportunidades que surjan y que puedan ser aprovechadas tras la pandemia del Covid-19. Podemos ver el resultado de nuestro estudio en el gráfico 17 de la siguiente página.

Gráfico 17. Matriz DAFO

DEBILIDADES

- Coste añadido por la adaptación a las nuevas medidas de seguridad e higiene.
- Dificil acceso a algunas áreas.
- Estancias más cortas.
- No posee playa.
- La estacionalidad del turismo, aunque cada vez sea menor.
- Poca profesionalidad en el sector.

FORTALEZAS

- Casas aisladas, menor riesgo contagio Covid-19.
- Zonas tranquilas. Se evita el turismo de masas.
- Sensación de seguridad con la marca "Covid Free".
- Precio asequible.
- Turismo de calidad.
- Muchas actividades y muy variadas para los turistas.
- Riqueza gastronómica.
- Mucha riqueza arquitectónica y cultural.
- Lugares cercanos.

AMENAZAS

- Gran competencia con las otras Comunidades Autónomas.
- Nueva oleada de Covid-19.
- Muchas personas decidan no viajar este año por miedo al contagio.
- Crisis económica provocada por la pandemia.
- Reducción del poder adquisitivo de los turistas.

OPORTUNIDADES

- Aumento de la demanda rural.
- Nueva clientela que opte por un turismo menos masificado.
- Programas europeos "Leader", que contribuyen al desarrollo rural.
- Plan estratégico de turismo de Castilla y León 2019 – 2023.
- Apuesta por nuevas tecnologías.
- Evolución hacia un turismo más sostenible y ecológico.
- Aumento de la estancia media.

Fuente: Elaboración propia

Como vemos en el DAFO, Castilla y León tiene muchas **fortalezas** y cualidades para ser un buen destino turístico. Con la llegada del Covid-19 y estar confinados durante largos periodos de tiempo, muchas personas quieren salir de sus casas y viajar, pero con cierta seguridad, por lo que buscan lugares cercanos y tranquilos, donde no haya mucha afluencia de gente y se reduzca el contacto con otras personas lo máximo posible. En este aspecto Castilla y León puede ofrecer mucha variedad de destinos y actividades que lo complementen, como pueden ser la visita a lugares de interés turístico como el acueducto de Segovia, las catedrales de León y Burgos, la muralla de Ávila, etc. También existen grandes zonas de gran interés turístico, pero al aire libre y que se pueden complementar con rutas de senderismo, de bicicleta o canoa como puedan ser Las Hoces del río Duratón, las sendas por la montaña palentina, las Médulas de León, los Arribes del Duero, etc.

Encontramos en Valladolid, más concretamente en Medina del Campo, la empresa “Excelencia Turística”. Esta empresa es la primera en el mundo que ha implantado la certificación hotelera voluntaria “**Covid-Free**” en colaboración con la Organización Mundial de Turismo y la Organización Mundial de la Salud. Esta certificación es de carácter voluntario para las empresas que deseen garantizar al cliente que se precisa de la adopción y supervisión de las medidas y protocolos de higiene, control, prevención, seguridad alimentaria y la pertinente adecuación de destinos y espacios de movilidad, además de la formación necesaria para profesionales del sector. También se ha elaborado un nuevo sello “**turismo de confianza**”, promovido por la consejería de Cultura y Turismo de Castilla y León, con el que aportar una distinción de calidad y seguridad para que los clientes y turistas que quieran venir a los alojamientos y establecimientos de Castilla y León lo hagan con total confianza. El procedimiento para la obtención del sello empezará con una autoevaluación del propio establecimiento que se enviará a la Junta, esta revisará que se cumplan con los requisitos y se enviará el sello al establecimiento. El cliente es una pieza clave en la supervisión de que se mantengan las condiciones por las que se obtuvo el sello, podrá comunicar sugerencias y quejas para que se cumpla con lo establecido.

Aunque Castilla y León posea muchas fortalezas, también hay aspectos en los que debe mejorar o muestra **debilidades**. Como vimos anteriormente en las dificultades del turismo rural, una muy importante es la profesionalidad en el servicio. Para muchos propietarios este es un oficio secundario al suyo, por lo cual invierten poco tiempo en una adecuada formación. Otro de los hándicaps importantes es la ausencia de playa, lo cual reduce también la oferta de servicios en nuestro territorio, aunque se compensa con zonas de lagos y ríos. Otro de los problemas con los que tropieza el sector es que algunas zonas tienen difícil acceso en determinadas épocas del año, lo que supone un problema para el

turista. Por último, para adaptarnos a las nuevas medidas sanitarias e higiénicas, hace falta comprar gel desinfectante, señales, mamparas, toallitas, dispensadores, etc., y desinfectar las zonas en las que haya habido turistas antes de alojar a otros. Todo ello supone un coste extra para el propietario que puede traducirse en un incremento del coste para el cliente.

Como factores externos hay que tener en cuenta ciertas **amenazas** que pueden surgir y poner en riesgo los planes futuros. Entre otras están la fuerte competencia con otras comunidades autónomas como Cataluña o Andalucía que van ganando peso en el turismo rural. También hay que tener en cuenta una posible nueva oleada de Covid-19, que en algunos países ya está volviendo a incrementar el número de contagios. Esto derivaría en una gran crisis económica a nivel mundial, por lo cual, muchos turistas ante la falta de medios pueden decidir no viajar o cancelar sus reservas.

Pero también hay que tener en cuenta que hay ciertas **oportunidades** que pueden ayudar al turismo rural. Una de ellas son los turistas que opten por un turismo menos masificado y que elijan este tipo de hacer turismo. Hemos podido constatar que, en los meses de julio y agosto, muchos de los establecimientos tienen ya concertada una alta ocupación. No serán pocas las familias que este año optarán por un turismo más cercano, lo que puede hacer que se incremente la estancia media en los alojamientos rurales. También hay que tener en cuenta las ayudas procedentes de la Unión Europea, a través de los proyectos “Leader”, para promocionar el desarrollo rural y sostenible y los propios programas de turismo de la Comunidad, como es el Plan Estratégico de Turismo 2019-2023.

CONCLUSIÓN

La realización de este trabajo nos ha permitido conocer la situación en la que se encuentra el turismo rural en nuestra comunidad gracias a los datos obtenidos a través de la web de la Junta de Castilla y León y del Instituto Nacional de Estadística (INE). Hemos podido corroborar que el sector, a partir de la pandemia que estamos sufriendo, ha sufrido una fuerte recesión este año. Hay que decir, que antes de que se produjera la pandemia, la situación del turismo rural en Castilla y León era próspera e iba ganando adeptos en los últimos años.

La oferta turística rural en nuestra Comunidad se encuentra diversificada en hoteles rurales, posadas y casas rurales, éstas últimas con mayor predominio. En la provincia de Ávila se concentra la mayor parte de establecimientos y de plazas, debido a la cercanía con Madrid, ya que muchos madrileños aprovechan sus días libres y fines de semana para visitar la provincia y alojarse en algún establecimiento abulense.

Con la realización del análisis de las casas rurales mejor valoradas en “EscapadaRural” hemos podido conocer las características de estas y las actividades ofertadas; todas las casas disponen de cocina equipada, la mayoría dispone de jardín, barbacoa y chimenea. Las actividades más ofertadas por los propietarios son el senderismo, las rutas en bicicleta y la recogida de setas.

Desde el punto de vista de la demanda, el número de turistas rurales en España en el año 2019 ha sido aproximadamente de 4,5 millones, lo que supone un 68.17% más que en 2008. Esto es directamente proporcional a las cifras de Castilla y León, con un incremento del 40,5% en número de viajeros y un 31,4% en número de pernoctaciones en los 10 últimos años.

La provincia con mayor número de turistas ha sido Ávila con un 18,9% del total en la Comunidad, seguida por Segovia con un 13,3%. La estancia media registrada en 2019 fue de 2,00 noches y una ocupación media del 17,24%, un 0,23% más que en 2018. Las fechas con la tasa más alta de ocupación y mayor estancia media fueron los meses de verano (julio y agosto), Semana Santa y el puente de octubre coincidiendo con el día de la Hispanidad.

Aunque ha seguido creciendo el número de alojamientos ofertados, el número de turistas ha crecido a un ritmo mucho mayor, por lo que actualmente no está tan descompensada la oferta y la demanda como hace unos años, en los que la oferta era mucho mayor a la demanda.

Desde mi punto de vista hay ciertos aspectos en los que habría que reforzar el sector:

- En el análisis de las casas rurales, he comprobado que las medidas de **acceso para los discapacitados** son casi inexistentes, por lo tanto, la accesibilidad sería un aspecto para mejorar y atraer a un nicho de mercado latente como son las familias con personas discapacitadas.
- Sería conveniente una **profesionalización del sector y de sus trabajadores**. Es fundamental intentar mantener una plantilla fija y bien formada. La formación debe ser santa y seña, tanto para los trabajadores, como para los propietarios.
- Por parte de las Administraciones Públicas se debe intentar atajar el **problema de la ilegalidad** en muchos establecimientos. Ésta es una cuestión que rompe la balanza del mercado y que perjudica gravemente a los establecimientos debidamente reglados. También debemos pedir a la Administración que fomente las ayudas para la formación de los profesionales.
- Se debe mejorar la **digitalización en el sector**, el **networking** y la **inclusión en las redes sociales**, un medio fundamental en nuestros tiempos para darse publicidad y dar a conocer el negocio. Muchos de los establecimientos consultados solo disponían de una red social, o bien en otros, las redes sociales no estaban actualizadas.
- **Hay que pedir a las Administraciones** más rigor a la hora de dar y publicar la información. En la intensa búsqueda de ésta en los portales oficiales de varias Administraciones y de Organismos dependientes de éstas, he encontrado datos plasmados en los boletines de coyuntura de Castilla y León y datos aportados por el Instituto Nacional de Estadística que no coinciden, lo que ha supuesto para el que suscribe un problema añadido a la hora de confeccionar este trabajo. Con la mayor humildad, les pido a las Administraciones mayor precisión y más cooperación entre todas ellas.

Como conclusión de este trabajo me gustaría dejar una frase de Wayne W. Dyer, psicólogo y escritor: "El progreso y el desarrollo son imposibles si uno sigue haciendo las cosas tal como siempre las ha hecho", que refleja la adaptación que muchos empresarios están realizando en sus negocios ante las adversidades que están padeciendo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, Miguel Ángel. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Trillas turismo.
- Bañon, F. (1999). *50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural*. Madrid: Centro de estudios Ramón Areces.
- Cánoves, G., Villarino, M., Herrera, L., (2005). *Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones*. Cuadernos De Turismo, 15. (Págs. 63-76). Recuperado a partir de <https://bit.ly/2RfVyOK>
- Cánoves, G., Villarino, M., Herrera, L. (2006). *Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio*. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 41. (Págs. 199-217). Recuperado a partir de <https://bit.ly/2Zql0o5>
- Del Valle Tuero, Eduardo Antonio. (2015). *El turismo rural en España. Análisis de la evolución del modelo de desarrollo y perspectivas futuras*. (Tesis doctoral, Universidad de Vigo, España) [Biblioteca de la Universidad de Vigo]. Recuperado a partir de <https://bit.ly/3hjQnYy>
- García Henche, B. (2005). *Características diferenciales del producto turismo rural*. En Cuadernos de Turismo, 15 (págs. 113-134). Recuperado a partir de <https://bit.ly/3iiY4zy>
- Herrera, L., Blanco Romero, A., Cánoves Valiente, G. (2005). *Turismo rural en España: un análisis de la evolución en el contexto europeo*. Cuadernos de geografía, 77. (Págs. 41-58). Recuperado a partir de <https://bit.ly/2RdwO9F>
- López-mielgo, n.; loredo, e.; Sevilla Álvarez, J. (2019). realidad aumentada en destinos turísticos rurales: oportunidades y barreras. *International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST)*, 4(2), 25-33.
- Melgosa arcos, F. J. (2010). *La regulación del turismo rural en España*. Benítez, D. (Coor), Derecho del turismo iberoamericano. Buenos Aires: Libros en Red (Amertown Internacional). (Págs. 489 a 598). Recuperado a partir de <https://bit.ly/3m71KXH>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. Madrid. Recuperado a partir de <https://bit.ly/2FfbsGK>
- Parra, E. (2006). *Gestión del turismo rural*. Gestión y dirección de empresas turísticas. 1ª Ed. (575-598). Recuperado a partir de: <https://bit.ly/3cq6uDk>
- Sancho, Amparo. (1998). *Introducción al turismo*. (Capítulo 2, Págs. 43-48.). Publicado por OMT.
- Socatelli, Mario. (2015). *Mercadeo aplicado al turismo. La comercialización de servicios - productos y destinos turísticos sostenibles*. (Pags.1-3.) Recuperado a partir de <https://bit.ly/3k4y8bx>
- Vars Baidal, Josep Antoni. (2000). *Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades*. *Investigaciones geográficas*. (nº 23, pp. 59-88).

Vicent, M. (21 de febrero de 2016). *El turismo rural busca nuevas fronteras*. El País.
Recuperado a partir de: <https://bit.ly/2FQD3yi>

Vizcaíno, M^a Luisa. (2015). *Evolución del turismo en España: el turismo cultural*.
International journal of scientific management and tourism. (Vol.4, Págs. 75-95).

Walter Hunziker - Kurt Krapf. (1942). *Fundamentos de la teoría general del turismo*.
Universidad de Berna, Suiza.

FUENTES DE INFORMACIÓN Y DE CONSULTA ESTADÍSTICA

- Asociación española de expertos científicos en turismo (AECIT).
- DECRETO 75/2013, de 28 de noviembre, por el que se regulan los establecimientos de alojamiento de turismo rural en la Comunidad de Castilla y León.
- Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de ocupación e índice de precios. Recuperado a partir de <https://bit.ly/3ipb071>
- Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de gasto turístico (EGATUR).
- Instituto Nacional de Estadística. Estadísticas de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR).
- Instituto Nacional de Estadística. Servicios. Hostelería y Turismo.
- Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León. Recuperado a partir de <https://bit.ly/2GK7vKr>
- Ley 14/2010, de 9 de diciembre, de turismo de Castilla y León.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- Observatorio Económico de Castilla y León.
- Observatorio del Turismo Rural. Estudios sobre el turismo rural. Recuperado a partir de <https://bit.ly/3bOZYpn>
- Observatorio del Turismo Rural. Barómetro del turismo rural. Recuperado a partir de <https://bit.ly/3hpG4IY>
- Organización Mundial del Turismo (OMT).
- Portal "Escapadarural". <https://www.escapadarural.com/>
- Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2014-2018.
- Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2019-2023.

ANEXO I: Casas Rurales consultadas

Listado de casas rurales consultadas:

ÁVILA:

- El Labrao de Gredos
- Casa Rural El Pradillo
- La Casita del Alberche
- Casa El Robledal
- Casas Rurales Calleja
- Fantasía Rural
- Casa Rural Las Cabañas
- Molino Virgen Del Rosario
- Casa San Fermi
- El Mirador de Tórtoles

PALENCIA:

- Casa Rural Toribio
- Ni4gatos
- La Pequeña A Y B
- Casa Monte Allende
- Casa Ico
- El Balcón de Campos
- Molino de Matazorita I y II
- Finca El Cercado
- La Morada del Molinero
- El Guaje

BURGOS:

- Caléndula
- Hotel Rural Colás
- Casa Tía Irene I Y II
- Rincón Pasiego
- Zarracatanita
- Casa Rural de Sedano
- Lar Maisterra
- Casa Rural Merindades
- Casa La Ermita
- El Veredero

SALAMANCA:

- Casas Rurales Los Miradores del Guijo
- Casa Rural El Manantial
- Casa Rural El Patio del Arco
- El Balcón del Soto
- El Corralón de La Atalaya
- Casa Rural Miraconcha
- Casa Claudia II, III, IV
- El Corral de La Antigua
- El Gorgocil
- Antigua Tahona de Candelario

LEÓN:

- Sajambre Rural
- Casa Rural El Duende del Omaña
- La Magia y El Encanto
- Casa Canedo
- Casa La Ruda
- Casa La Jara Blanca
- El Encanto De Picos de Europa
- Casa El Magüeto
- Ribera del Cantero
- Casa Rural Tío Vicente

SEGOVIA:

- Casa Rural Río Duratón
- Dulce Encanto del Valle
- Casa Inma
- La Casa de Cañuelo
- Los Yeros
- La Casa Madrona
- La Nueva Casa Vieja Cabezuela
- El Gallinero de la Nava
- Casa Paula I Y II
- El Pozo de la Cotarra

SORIA:

- Villa Natura y Casa Irrico
- Apartamentos Turísticos Rurales Argaela
- Casa Rural de Las Fuentes I y II
- Camino del Duero
- La Cantina del Tobero
- La Cantarilla 258
- Casa Rural La Abuela Lucia
- Las Vicarias
- Apartamentos Arcoíris
- El Valle de La Mantequilla

ZAMORA:

- La Casa de Las Lilas
- El Tejar de Miro Hotel Rural
- Casa Turismo Rural Alvadá
- El Cañico
- La Posada Real del Buen Camino
- El Pilar de Don Gregorio
- La Casa Arribes y La Venta de Los Arribes
- Casa De Ignacio
- El Corazón Verde
- Alojamiento Marel

VALLADOLID:

- La Casa de Arenas
- La Cantara
- Pinar de Las Cabañuelas
- Casa Las Batallas
- La Casa del Coso
- La Casa del Valle
- El Herrero de Pollos
- Las Tercias de Curiel
- Casa Rural Puerta Villa
- Alamar y Alamar II