



**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y  
DE LA COMUNICACIÓN

Grado de Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

# **Impacto de la Covid-19 en el Turismo de Castilla y León**

Presentado por PAULA PÉREZ MUÑOZ

Tutelado por MARÍA DEVESA FERNÁNDEZ

Segovia, (fecha)



## ÍNDICE

<b>1.- CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN y JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>7</b>
<b>2.- CAPÍTULO 2: LA OFERTA .....</b>	<b>11</b>
2.1. Oferta básica .....	11
2.2. Oferta complementaria .....	18
<b>3.- CAPÍTULO 3: LA DEMANDA .....</b>	<b>23</b>
3.1. Análisis de la demanda turística .....	24
3.2. Gasto turístico .....	30
3.3. Perfil del turista .....	33
<b>4.- CAPÍTULO 4: ANALISIS DE LA SITUACIÓN Y PROPUESTA DE MEJORA .....</b>	<b>39</b>
4.1. Análisis normativo .....	39
4.2. Tendencias futuras de turismo .....	40
4.3. Propuestas de mejora .....	41
<b>5.- CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES .....</b>	<b>45</b>
<b>6.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>47</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Distribución de los establecimientos y plazas de oferta turística .....	12
<b>Tabla 2:</b> Variación de la distribución de los establecimientos y plazas de la oferta turística .....	12
<b>Tabla 3:</b> Distribución de establecimientos/plazas según el tipo de alojamiento .....	14
<b>Tabla 4:</b> Variación de la distribución de establecimientos/plazas según el tipo de alojamiento.....	14
<b>Tabla 5:</b> Número de establecimientos de oferta turística de restaurantes en 2019, 2020 y 2021 .....	16
<b>Tabla 6:</b> Evolución número de establecimientos y plazas de oferta turística desde 2001 y 2021 .....	17
<b>Tabla 7:</b> Evolución de turistas en 2019, 2020 y 2021 en 3 Castilla y León, Cataluña y Andalucía .....	18
<b>Tabla 8:</b> Evolución del número de turistas en Ávila, Salamanca y Segovia .....	20
<b>Tabla 9:</b> Evolución del número de turistas enológicos en Castilla y León, Cataluña, Aragón y Andalucía .....	21
<b>Tabla 10:</b> Número de viajeros y pernoctaciones en 2019, 2020 y 2021 .....	25
<b>Tabla 11:</b> Número de viajeros por provincias en 2019, 2020 y 2021 .....	26
<b>Tabla 12:</b> Número de pernoctaciones por provincias en 2019, 2020 y 2021 .....	27
<b>Tabla 13:</b> Estancia media en Castilla y León por provincias .....	28
<b>Tabla 14:</b> Evolución de la estancia media en Castilla y León 2004 – 2021 .....	28
<b>Tabla 15:</b> Estancia media en 2021 por comunidades autónomas .....	29
<b>Tabla 16:</b> Evolución del gasto turístico en 2019,2020 y 2021 en Castilla y León .....	31
<b>Tabla 17:</b> DAFO del Turismo de Castilla y León .....	42

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Distribución de los establecimientos por provincias en 2020 .....	13
<b>Gráfico 2:</b> Distribución de los establecimientos por provincias en 2021 .....	13
<b>Gráfico 3:</b> Distribución de plazas por provincias 2020 .....	13
<b>Gráfico 4:</b> Distribución de plazas por provincias 2021 .....	14
<b>Gráfico 5:</b> Distribución de establecimientos por tipo de alojamiento en 2020 .....	15
<b>Gráfico 6:</b> Distribución de establecimientos por tipo de alojamiento en 2021 .....	15
<b>Gráfico 7:</b> Distribución de restaurantes por provincias en 2021 .....	16
<b>Gráfico 8:</b> Evolución del número de establecimientos y de plazas de 2001 y 2021 .....	17
<b>Gráfico 9:</b> Número de viajeros y pernoctaciones en 2019, 2020 y 2021 .....	25
<b>Gráfico 10:</b> Número de viajeros por provincias en 2019, 2020 y 2021 .....	26
<b>Gráfico 11:</b> Número de pernoctaciones por provincias en 2019, 2020 y 2021 .....	27
<b>Gráfico 12:</b> Evolución de la estancia media en Castilla y León 2004 - 2021 .....	29
<b>Gráfico 13:</b> Estancia media en España por comunidades en 2021 .....	30
<b>Gráfico 14:</b> Evolución del gasto turístico en 2019,2020 y 2021 en Castilla y León .....	31
<b>Gráfico 15:</b> Distribución del gasto turístico en 2019 .....	32
<b>Gráfico 16:</b> Distribución del gasto turístico en 2020 .....	32
<b>Gráfico 17:</b> Distribución del gasto turístico en 2021 .....	33
<b>Gráfico 18:</b> Valoración media de Castilla y León en 2019 .....	34
<b>Gráfico 19:</b> Valoración media de Castilla y León en 2020 .....	36
<b>Gráfico 20:</b> Valoración media de Castilla y León en 2021 .....	37

## ÍNDICE DE IMÁGENES

<b>Imagen 1:</b> Mapa de espacios naturales de Castilla y León .....	19
<b>Imagen 2:</b> Mapa de denominaciones de origen del vino de Castilla y León .....	22

## CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo) el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

El turismo empezó a desarrollarse tal y como lo conocemos ahora en la Revolución Industrial, con unos fines muy diferentes a los que estamos acostumbrados hoy en día. En aquella época se viajaba por las guerras, las conquistas, el comercio, el ocio... pero a medida que las infraestructuras y el transporte se iban desarrollando, el turismo también lo hacía. Hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crece con mayor rapidez en el mundo.

El turismo es uno de los principales actores de comercio internacional y además es una de las principales fuentes de ingresos en países en desarrollo, ya que es beneficioso en términos económicos y de empleo; además de aportar beneficios a otros muchos sectores como son la construcción, la agricultura o las telecomunicaciones.

La OMT es un organismo que pertenece a las Naciones Unidas. La ONU es una organización internacional, formada por países, que se comprometen a mantener la paz y seguridad internacional, además de fomentar las relaciones de amistad entre ellos y mejorar el progreso social. Perteneciendo a esta organización la OMT cumple los objetivos principales de la ONU, además de estimular el crecimiento económico y la creación del empleo y fomentar la protección del medio ambiente y la sostenibilidad en los destinos turísticos.

Para España, el turismo es uno de los sectores que más riqueza aporta a la economía española teniendo en cuenta los términos del PIB y el empleo. Hasta el 2019, éste había sido el sector que más había crecido. Sin embargo, el mundo y con este, el turismo, se paralizó por el Covid-19.

Conocida como Covid-19, la pandemia actualmente está en curso y deriva del virus SARS-CoV-2. Los primeros casos que se identificaron fueron en diciembre de 2019 en la ciudad china de Wuhan. El 30 de enero de 2020, la OMS (Organización Mundial de la Salud) la declaró una emergencia de salud pública y de importancia internacional, pero el 11 de marzo de 2020, se declaró finalmente una pandemia.

La pandemia ha causado muchos efectos negativos en la sociedad. En los sistemas sanitarios, en la salud, en la violencia doméstica, en la violencia de género, en el medio ambiente, en la alimentación, en la educación, en la aviación... Alrededor de un tercio de la población mundial estuvo confinada, además de que se pusieron fuertes restricciones a la libertad de circulación. Se cerraron colegios, universidades, muchos

trabajos... ya que todos ellos eran un gran foco de contagio, y los hospitales y centros sanitarios estaban saturados.

Durante el 2020 los viajes escasearon, el turismo internacional volvió a tener unos niveles como en los años 90. Hubo una pérdida internacional de ingresos turísticos de 1,1 billones de dólares y una pérdida estimada en el PIB global de más de 2 billones de dólares. El impacto económico en el turismo que desató la pandemia fue devastador para los destinos. Sin embargo, durante 2021, el turismo empezó a crecer, sobretodo el turismo nacional, y en el 2022 se esperan grandes aumentos económicos respecto a turismo.

Los expertos no esperan que el turismo internacional recupere los niveles de antes de la pandemia antes del 2023, ya que hay diferentes factores que lo frenan. Algunos de ellos son la lentitud en la contención del virus, la confianza de los consumidores en el viajar, las condiciones económicas...

Castilla y León es una comunidad autónoma de España; se encuentra en la parte norte de la meseta y es la región más grande del país, con una extensión de 94 226 km<sup>2</sup>. Compuesta por 9 provincias (Ávila, Burgos, León, Palencia, Salamanca, Segovia, Soria, Valladolid y Zamora) se coloca en la sexta comunidad más poblada de España. Geográficamente, se encuentra rodeada de importantes cordilleras: al norte, la Cordillera Cantábrica con los Picos de Europa; al noroeste, los Montes de León; al este, el Sistema Ibérico y por el sur, el Sistema Central. Está situada en la cuenca del Duero, principal río de la comunidad, ya que, de los 900 km de longitud, 600 km se encuentran en el territorio.

La comunidad autónoma está formada por los territorios que antiguamente pertenecían a las coronas de León y Castilla. Ha contribuido a la formación de España como nación y ha sido lugar de importantes hitos históricos, además de conservar una riqueza cultural muy amplia.

La diversidad turística que ofrece es digna de admirar ya que es uno de los destinos con mayor diversidad natural. Cuenta con más de 40 destinos naturales protegidos. Culturalmente tiene 3 ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad que son Ávila, Salamanca y Segovia, además de poseer grandes y reconocidas catedrales como son las de Burgos o León. Cuenta además con una gran parte histórica ya que podemos visitar las Médulas, la mayor mina de oro a cielo abierto del Imperio Romano o el Yacimiento de Atapuerca, lugar de los primeros pobladores de Europa. Hablar además del turismo activo que se puede realizar debido a su gran número de espacios naturales, donde se puede realizar escalada, piragüismo, cicloturismo... El enoturismo y la gastronomía van unidos a todas las menciones anteriores pudiéndonos dar cuenta de la gran variedad y exquisitez de sus productos.

Teniendo en cuenta de todo lo que nos ofrece la comunidad podemos averiguar que una de los mayores incentivos de esta es el turismo. Por todo lo comentado, el objetivo principal que vamos a desarrollar en este trabajo de fin de grado es el impacto que ha tenido el Covid-19 en el turismo en la comunidad de Castilla y León.



Para ello, utilizaremos distintas fuentes de información secundarias que nos permitirán conocer los datos, con los que podremos realizar el análisis de la demanda y la oferta y poder plantear propuestas de mejora. La principal fuente que se ha utilizado en el trabajo es el Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León, sobre todo de los años 2019, 2020 y 2021. También se ha utilizado la principal fuente de estadísticas del país, el INE (Instituto Nacional de Estadística), así como los datos aportados por la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN). Gracias a los datos obtenidos por estas fuentes se ha podido realizar este trabajo.

Vamos a comentar de manera breve la estructura del trabajo. El capítulo 1 es la introducción del trabajo, donde además hablamos de la metodología y de la estructura del mismo. En el capítulo 2 trataremos la oferta turística del entorno geográfico de la comunidad basándonos en dos tipos de oferta como son la básica y la complementaria. En el capítulo 3 veremos la demanda desde 3 enfoques diferentes como son el análisis de la demanda, del gasto turístico y del perfil del turista. El capítulo 4 será un análisis de la situación, con un análisis de la regulación turística que tiene Castilla y León, además de realizar un DAFO y plantear unas propuestas de mejora. El trabajo se cierra con las conclusiones y por último con las referencias bibliográficas.



## CAPÍTULO 2: LA OFERTA

La oferta turística es la cantidad de bienes y servicios que las empresas están dispuestas a producir en un determinado periodo de tiempo a cada uno de los posibles precios para satisfacer la demanda turística. Como la demanda, la oferta también tiene factores determinantes, el más importante de ellos es el precio, cuanto más sube el precio, más sube la oferta de bienes y servicios ofrecidos. Hay otros factores determinantes como son el precio de los factores de producción, la tecnología, los impuestos, la climatología, las políticas y estrategias de desarrollo turístico...

Para poder hablar con claridad de la oferta, es necesario que hagamos una clasificación de los bienes y servicios ofertados. Esta clasificación es la siguiente:

- Oferta turística básica: son los alojamientos, la restauración, los transportes, las agencias de viajes... es decir todos aquellos servicios esenciales.
- Oferta turística complementaria: las actividades culturales, las actividades deportivas, las actividades de entretenimiento y ocio, las actividades en la naturaleza... Además de incluir todos aquellos recursos culturales, naturales, deportivos, enogastronómicos que puedan ofrecer los destinos

### 2.1. Oferta básica

El alojamiento es uno de los principales componentes de la oferta turística, junto a las empresas que ofrecen servicios turísticos, como los restaurantes o las agencias de viaje. La clasificación del alojamiento está dividida en dos; el alojamiento hotelero, donde se encuentran los hoteles, hostales y pensiones; y el alojamiento extra-hotelero, compuesto por apartamentos turísticos, viviendas turísticas, campings, casas de turismo rural...

Según el Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León de los años 2019, 2020 y 2021, la distribución de los establecimientos y plazas de oferta turística es la que podemos observar en la siguiente tabla<sup>1</sup>.

Consecutivamente en los años analizados ha seguido habiendo un aumento en el número de establecimientos de oferta turística a pesar de la pandemia del Covid-19. Cabe destacar que en algunas provincias más que en otras el aumento es significativo, sin embargo, lo podemos observar de mejor manera en la variación de 2019 a 2020 y de 2020 a 2021.

---

<sup>1</sup> Los datos obtenidos por el Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León de 2019,2020 y 2021 (BCT), se localizan en <https://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/estudios-estadisticas/boletin-coyuntura-turistica>

**Tabla 1: Distribución de los establecimientos y plazas de oferta turística**

	Nº ESTABLECIMIENTOS			Nº PLAZAS		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
ÁVILA	1.625	1.705	1.777	25.557	26.214	26.964
BURGOS	1.072	1.113	1.180	28.895	28.898	29.504
LEÓN	1.572	1.600	1.676	34.583	34.916	35.379
PALENCIA	445	459	477	9.160	9.238	9.362
SALAMANCA	1.353	1.342	1.379	26.588	26.689	27.093
SEGOVIA	990	1.022	1.052	18.505	18.968	19.349
SORIA	659	682	698	13.612	14.201	14.561
VALLADOLID	637	661	657	15.423	15.603	15.614
ZAMORA	679	716	749	12.248	12.476	12.553
<b>TOTAL</b>	<b>8.987</b>	<b>9.300</b>	<b>9.645</b>	<b>184.571</b>	<b>187.203</b>	<b>190.379</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

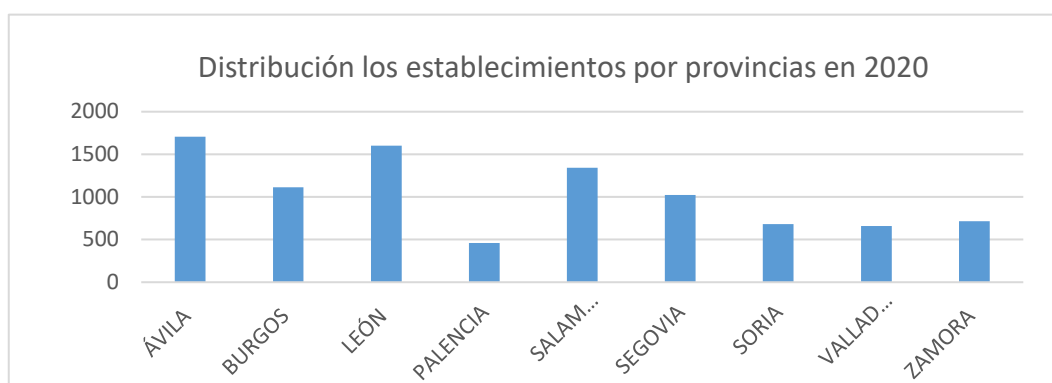
**Tabla 2: Variación de la distribución de los establecimientos y plazas de oferta turística**

VARIACIÓN	Nº ESTABLECIMIENTOS		Nº PLAZAS	
	19-20	20-21	19-20	20-21
ÁVILA	4,9%	4,2%	2,6%	2,9%
BURGOS	3,8%	6,0%	0,0%	2,1%
LEÓN	1,8%	4,8%	1,0%	1,3%
PALENCIA	3,1%	3,9%	0,9%	1,3%
SALAMANCA	-0,8%	2,8%	0,4%	1,5%
SEGOVIA	3,2%	2,9%	2,5%	2,0%
SORIA	3,5%	2,3%	4,3%	2,5%
VALLADOLID	3,8%	-0,6%	1,2%	0,1%
ZAMORA	5,4%	4,6%	1,9%	0,6%
<b>TOTAL</b>	<b>3,5%</b>	<b>3,7%</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,7%</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

Podemos ver que todas las variaciones salvo dos, son positivas, lo que nos quiere decir que la oferta turística general en establecimientos y número de plazas ha seguido aumentando año tras año. Los casos aislados, en los que la variación es negativa, se producen en Salamanca en el año 2020 y el Valladolid en el año 2021, sin embargo, en ambos podemos observar que, a pesar de tener ese resultado negativo en establecimientos, en el número de plazas no ocurre eso, siendo positivo, regulándose con la bajada en establecimientos y la manutención positiva en número de plazas.

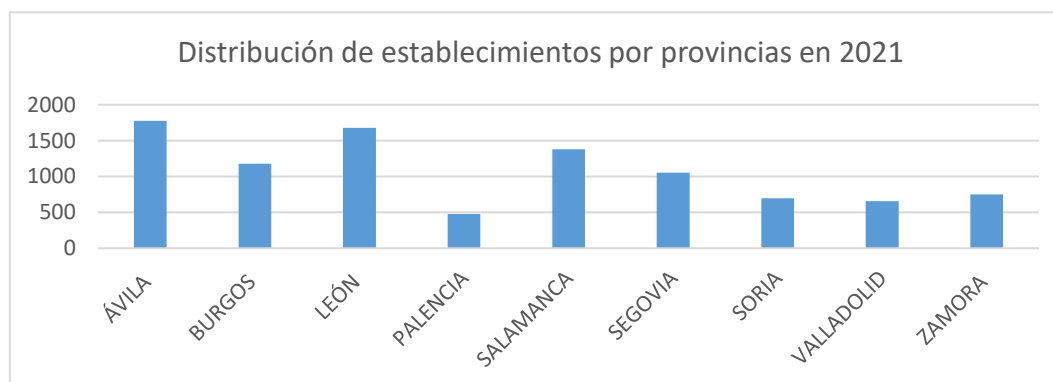
**Grafico 1: Distribución de los establecimientos por provincias en 2020**



**Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021**

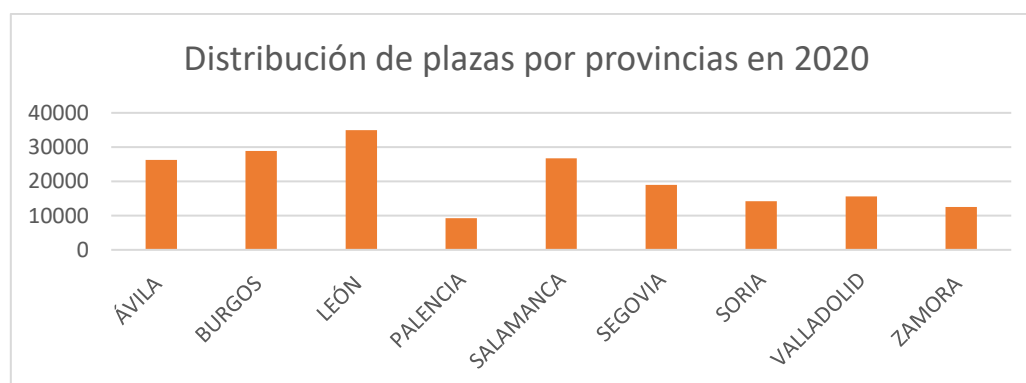
Las subidas más significativas en la variación se producen en los establecimientos. Contra todo pronóstico, el año de la pandemia, hubo una subida bastante grande en los establecimientos, siendo Zamora con un 5,4% y Ávila con un 4,9% las provincias que más han crecido. De forma visual, los gráficos siguientes muestran la distribución de los establecimientos y de las plazas por provincias:

**Gráfico 2: Distribución de los establecimientos por provincias en 2021**



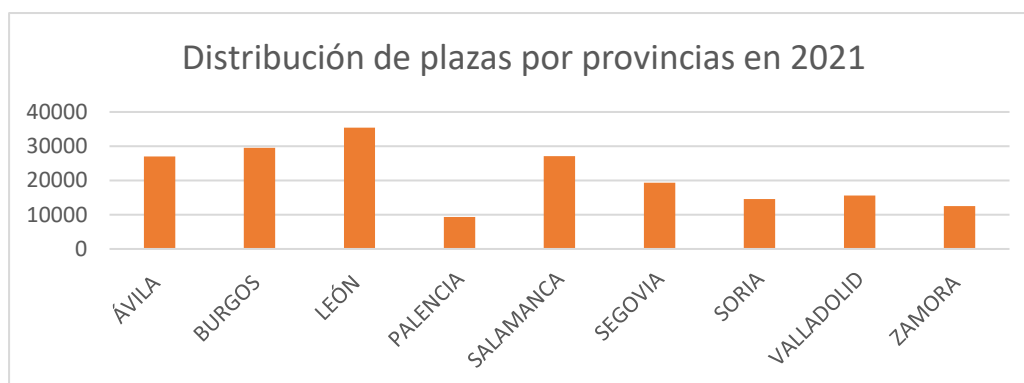
**Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021**

**Gráfico 3: Distribución de plazas por provincias 2020**



**Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021**

Gráfico 4: Distribución de plazas por provincias 2021



Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021

Según el Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León de los años 2019, 2020 y 2021, la distribución de los establecimientos y plazas de oferta turística según el tipo de alojamiento es la siguiente:

Tabla 3: Distribución de establecimientos/plazas según el tipo de alojamiento

	Nº ESTABLECIMIENTOS			Nº PLAZAS		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
<b>ALO. HOTELERO</b>	1.907	1.880	1.852	71.720	70.974	70.433
Hoteles	653	649	638	46.681	46.161	45.715
Hostales	856	842	833	20.117	19.957	19.874
Pensiones	398	389	381	4.922	4.856	4.844
<b>ALO. EXTRA-HOTELERO</b>	7.080	7.420	7.793	112.851	116.229	119.946
Camping	117	120	122	42.007	42.627	42.780
Turismo rural	4.128	4.139	4.157	36.659	37.010	37.232
Albergue	318	321	323	13.247	13.143	13.449
Viviendas uso turístico	2.144	2.442	2.755	14.133	16.211	18.503
Apartamentos turísticos	373	398	436	6.805	7.238	7.982
<b>TOTAL</b>	<b>8.987</b>	<b>9.300</b>	<b>9.645</b>	<b>184.571</b>	<b>187.203</b>	<b>190.379</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021

Tabla 4: Variación de la distribución de establecimientos/plazas según el tipo de alojamiento

VARIACIÓN	Nº ESTABLECIMIENTO		Nº PLAZAS	
	19-20	20-21	19-20	20-21
<b>ALOJAMIENTOS HOTELEROS</b>	-1,4%	-1,5%	-1,0%	-0,8%
<b>ALOJAMIENTOS EXTRA-HOTELEROS</b>	4,8%	5,0%	3,0%	3,2%
<b>TOTAL</b>	<b>3,5%</b>	<b>3,7%</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,7%</b>

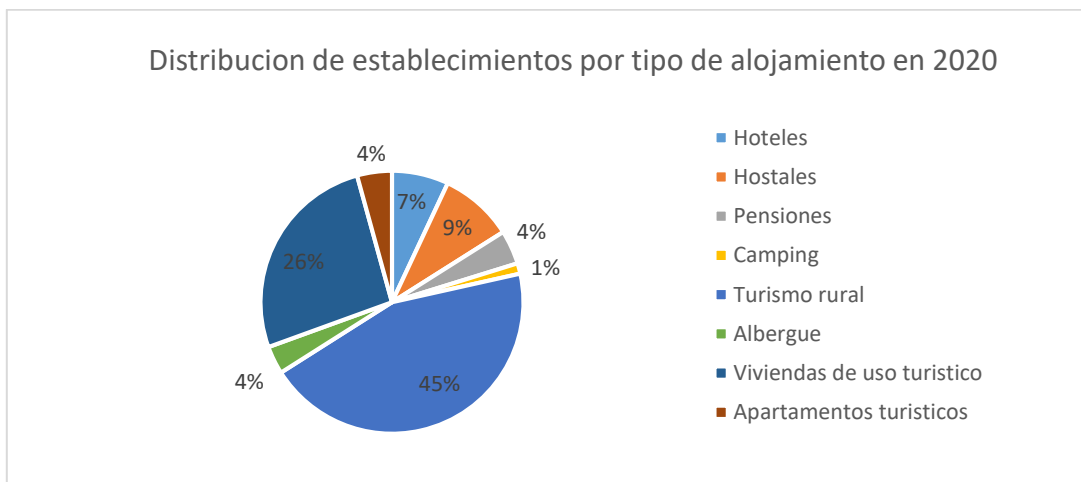
Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021

Teniendo ambas tablas en cuenta, lo que podemos observar en la distribución del número de establecimientos y plazas según el tipo de alojamiento es que el número en el alojamiento hotelero ha bajado consecutivamente cada año. Sin embargo, al contrario, podemos ver que los alojamientos extra-hoteleros, especialmente las viviendas de uso turístico, cada año han aumentado.

Lo que nos dictamina una tendencia bastante clara, y es la de que cada vez hay muchos más consumidores que prefieren alojarse en alojamientos extra-hoteleros como pueden ser los campings, las viviendas de uso turístico, apartamentos, casas rurales o albergues. En otras palabras, se pierde la tradición de las vacaciones en los hoteles, aunque a lo largo del trabajo comentaremos por qué ocurre esto en la comunidad.

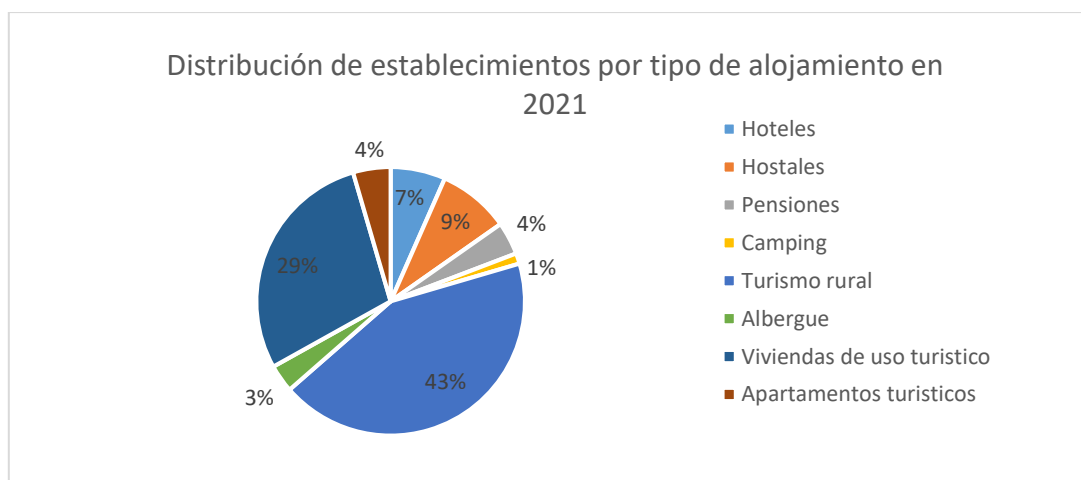
Visualmente los gráficos de la distribución de los establecimientos y de las plazas, son los siguientes, y cómo podemos observar, de un año a otro, ha variado el porcentaje de establecimientos.

**Gráfico 5: Distribución de establecimientos por tipo de alojamiento en 2020**



**Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021**

**Gráfico 6: Distribución de establecimientos por tipo de alojamiento en 2021**



**Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021**

Según el Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León de los años 2019, 2020 y 2021, la distribución de los establecimientos de oferta turística de restaurantes, es el siguiente:

**Tabla 5: Número de establecimientos de oferta turística de restaurantes en 2019, 2020 y 2021**

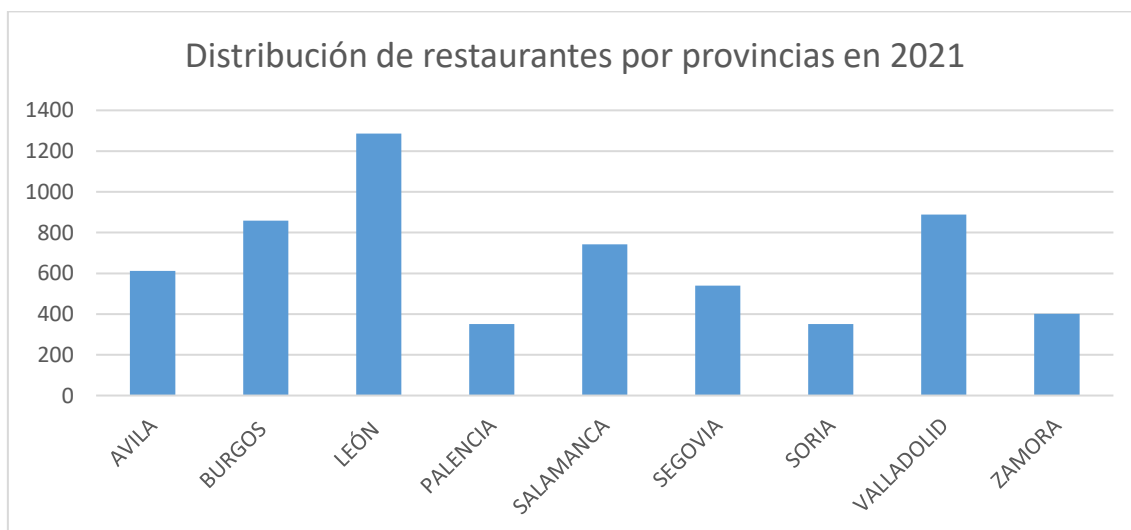
	Nº ESTABLECIMIENTOS		
	2019	2020	2021
ÁVILA	610	611	612
BURGOS	858	853	859
LEÓN	1.250	1.265	1.286
PALENCIA	343	345	351
SALAMANCA	712	723	743
SEGOVIA	526	531	539
SORIA	334	341	351
VALLADOLID	871	875	889
ZAMORA	455	452	402
<b>TOTAL</b>	<b>5.959</b>	<b>5.996</b>	<b>6.032</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

Como podemos observar en todos los casos salvo en uno, el aumento en el número de establecimientos es positivo, es decir que cada año consecutivamente han aumentado el número de restaurantes. El único caso aislado es el de Burgos, ya que en 2020 disminuye en 5 establecimientos respecto al año anterior, 2019. Sin embargo, aumenta en 6 respecto al año 2020 y 1 respecto a 2019.

El gráfico que observamos a continuación es la distribución de los restaurantes por provincias en el año 2021, ya que en la mayoría de los años es tan mínima la variación que nos representa lo mismo el año 2020 que el 2021:

**Gráfico 7: Distribución de restaurantes por provincias en 2021**



*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*



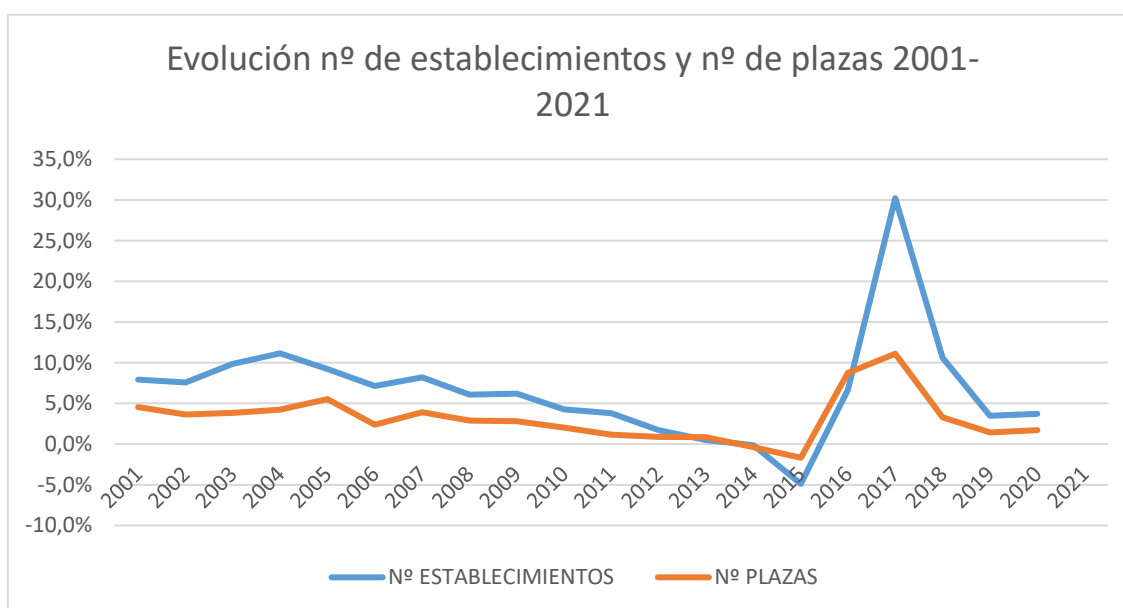
Por último, me gustaría comentar la evolución desde 2001 hasta 2021 del número de establecimientos y plazas de oferta turística de Castilla y León:

**Tabla 6: Evolución número de establecimientos y plazas de oferta turística desde 2001 y 2021**

AÑO	Nº ESTABLE.	Nº PLAZAS	AÑO	Nº ESTABLE.	Nº PLAZAS
2001	2.755	103.311	2012	6.026	148.506
2002	2.973	107.991	2013	6.130	149.812
2003	3.198	111.908	2014	6.160	151.053
2004	3.513	116.182	2015	6.152	150.484
2005	3.905	121.103	2016	5.851	147.949
2006	4.265	127.787	2017	6.241	160.864
2007	4.569	130.847	2018	8.127	178.718
2008	4.944	135.974	2019	8.987	184.571
2009	5.244	139.910	2020	9.300	187.203
2010	5.569	143.859	2021	9.645	190.379
2011	5.806	146.790			

*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

**Gráfico 8: Evolución del número de establecimientos y de plazas de 2001 y 2021**



*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

Como podemos ver en la tabla y los gráficos anteriores ha habido un incremento tanto en el número de establecimientos como en el número de plazas. Este crecimiento ha sido positivo desde el 2001 hasta el periodo de 2015-2016, pero a pesar de esa bajada en 2017 se experimentó un gran crecimiento.

El gráfico está planteado en la variación que se ha sufrido de un año para otro, por lo que podemos observar que en los últimos años cada vez ha habido menos variación y las cifras de los establecimientos y plazas han sido más constantes.

## 2.2. Oferta complementaria

Como ya hemos comentado antes, el turismo en Castilla y León está muy diversificado y nos ofrece un amplio abanico de actividades y recursos que vamos a analizar a continuación:

- Rural y de naturaleza:

Sin dudarlo el turismo rural y de naturaleza es uno de los atractivos más importante para los consumidores. Hemos comentado que la comunidad se encuentra rodeada por diversas cordilleras, por lo que cada provincia posee lugares de ensueño en la naturaleza, formando así variopintos ecosistemas, paisajes y formaciones naturales.

Posee 24 espacios naturales protegidos repartidos por las diferentes provincias además de contar con 10 reservas de la Biosfera declaradas por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). Todos estos espacios están protegidos además por la Red de Espacios Naturales de la Junta de Castilla y León. Algunos de los lugares más destacados de la comunidad son: los Picos de Europa, los Arribes del Duero, el bosque atlántico de Ojo Guareña, los desfiladeros del río Lobos o el Ebro, la Laguna Negra y los glaciares de Urbión, Las Medulas...

Tabla 7: Evolución de turistas en 2019, 2020 y 2021 en 3 Castilla y León, Cataluña y Andalucía

	Nº TURISTAS RURALES			VARIACIONES	
	2019	2020	2021	19-20	20-21
<b>Castilla y León</b>	747.996	323.681	526.838	-56,7%	62,8%
<b>Cataluña</b>	503.782	275.119	394.409	-45,4%	43,4%
<b>Andalucía</b>	255.172	172.013	235.018	-32,6%	36,6%

*Fuente: Elaboración propia a partir del INE,  
Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural*

En esta tabla sacada del INE de la Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural<sup>2</sup>, podemos observar como Castilla y León es la comunidad autónoma, ruralmente hablando, más visitada. Le siguen, de lejos, Cataluña y después Andalucía. En el número de visitantes sí que podemos observar que, en el año 2020, el año de la pandemia, hubo un descenso considerable respecto al año anterior. Sin embargo, el 2021 se recuperó, acercándose a la cifra que se consiguió en 2019. Aunque todavía estemos en el 70% de la cifra pre-pandemia, cabe destacar que nos hemos recuperado menos que Cataluña (78%) y Andalucía (92%)

<sup>2</sup> Datos obtenidos a partir del INE encontrados en:  
[https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176962&menu=ultiDato&idp=1254735576863](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176962&menu=ultiDato&idp=1254735576863)

Imagen 1: Mapa de espacios naturales de Castilla y León



Fuente: <https://miblog56.wordpress.com/2013/10/17/espacios-naturales-de-castilla-y-leon/>

- Salud y bienestar:

Aprovechando la riqueza de las aguas manantiales, Castilla y León está despuntando en el turismo de salud y bienestar. Cuenta cada vez más, con alojamientos donde se proporciona bienestar, sin descuidar la parte lúdica que proporciona el agua. Algunos de estos lugares son: Castilla Termal de Valbuena de Duero (Valladolid), Burgo de Osma (Soria), y de Olmedo (Valladolid), Balneario de Babilafuente (Salamanca), Balneario de Caldas de Luna (León)...

- Deportivo:

La importancia del deporte en nuestras vidas diaria hace que también los sea en el mundo del turismo. En el territorio se cuenta con numerosos lugares y empresas que ofrecen servicios para poder realizar deporte. Se ofrecen campos de golf, estaciones de esquí, embalses, barcos fluviales, rutas en mountain bike, rutas en eurovelo...

- Cultural:

Castilla y León ha sido lugar de importantes hechos históricos y cuna de personajes ilustres. Todo ello lo podemos ver en el arte, el patrimonio y la cultura del territorio. Cuenta con 11 Bienes Patrimonio Mundial declarados por la

UNESCO<sup>3</sup>; como son la Ciudad de Ávila, la Ciudad de Salamanca, la Ciudad de Segovia, la Catedral de Burgos, Las Medulas, la Sierra de Atapuerca, Siega Verde, el Camino de Santiago Francés, los Hayedos, la Cetrería, y la dieta mediterránea.

Además de lo mencionado anteriormente, cuenta con numerosos castillos, ya que es tierra de ello, monasterios, yacimientos arqueológicos, museos... También como patrimonio cabe destacar Las Edades del Hombre, exposiciones realizadas desde 1988 por la Fundación de Las Edades del Hombre compuesta por las once diócesis católicas de la comunidad. Estas exposiciones exhiben el gran patrimonio histórico artístico que la Iglesia ha conservado y que han recibido a más de 11 millones de visitantes (*Viajes de primera, 2021*).

Podemos observar en la tabla 8 que de las tres ciudades patrimonio de la comunidad la más visitada es Salamanca, seguida de Ávila y por último Segovia. Como era de esperar, en el año de la pandemia, 2020, el descenso de turistas fue significativo, concentrándose la mayoría en los dos primeros meses del año. Aunque en el año siguiente si hubo un aumento de turistas bastante grande. Aunque aún queda bastante evolución y crecimiento para llegar a los datos pre-pandemia.

**Tabla 8: Evolución del número de turistas en Ávila, Salamanca y Segovia**

	Nº TURISTAS EN CIUDADES PATRIMONIO			VARIACIONES	
	2019	2020	2021	19-20	20-21
<b>Ávila</b>	989.854	340.828	506.416	-65,6%	48,6%
<b>Salamanca</b>	1.479.704	498.757	751.046	-66,3%	50,6%
<b>Segovia</b>	914.053	325.616	526.694	-64,4%	61,8%

*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

Dentro del turismo cultural también podemos mencionar los festivales y fiestas que tienen un valor cultural, como puede ser la Semana Santa (siendo 8 poblaciones las que han conseguido la declaración de Interés Turístico Internacional), Titirimundi (Segovia), Seminci (Valladolid) Sonorama Ribera (Aranda de Duero) ... Festividades que atraen a turistas en las fechas en las que se realiza dicha celebración y que aportan además un crecimiento a otros tipos de turismo.

<sup>3</sup> Datos obtenidos a partir del folleto "Vive Castilla y León" encontrado en <https://www.turismocastillayleon.com/>. Folleto: <https://www.turismocastillayleon.com/es/servicios/publicaciones/catalogo-general-informacion-turistica-vive-castilla-leon.ficheros/192088-Vive%20Castilla%20y%20Le%C3%B3n.pdf>

- Enogastronomía:

La gastronomía de la comunidad es un bien de interés patrimonial, etnográfico y cultural de gran valor. Como ya hemos mencionado la oferta gastronómica es muy variada, siendo un nexo común entre provincias; sin embargo, cada una de ellas se caracteriza por un producto que la representa. Entre estos productos destacamos el lechazo asado, el cochinillo, la legumbre de El Bierzo y de la zona del sur de Castilla... Cabe destacar la oferta micológica, siendo uno de los atractivos de este tipo de turismo.

Además de la gastronomía el mundo del vino forma parte de este bien de interés patrimonial... Castilla y León cuenta con 9 denominaciones de origen Ribera del Duero, Cigales, Rueda, Toro, Bierzo, Arlanza, Arribes, Tierras de León y Tierra del Vino de Zamora, sumándole tres denominaciones como vinos de calidad Sierra de Salamanca, Valtiendas y Valles de Benavente.

Gracias al informe de visitantes de bodegas y museos del vino que nos presenta ACEVIN<sup>4</sup>, la Asociación Española de Ciudades del Vino, anualmente podemos observar la siguiente tabla. Los datos son los recogidos de los años 2019 y 2020, ya que de 2021 no se ha presentado aún el informe.

**Tabla 9: Evolución del número de turistas enológicos en Castilla y León, Cataluña, Aragón y Andalucía**

	Nº TURISTAS ENOLÓGICOS		VARIACIÓN
	2019	2020	19-20
<b>Castilla y León</b>	549.348	147.042	-73,2%
<b>Cataluña</b>	416.129	146.212	-64,9%
<b>Aragón</b>	471.525	131.342	-72,1%
<b>Andalucía</b>	625.516	107.525	-82,8%

*Fuente: Elaboración propia a partir de ACEVIN*

Aunque por los datos que podemos ver, Castilla y León es una de las comunidades con más visitantes a las bodegas y rutas del vino de España. En 2019 fue la segunda comunidad más visitada y el 2020, la que más se visitó. La pandemia en este caso, tuvo un impacto muy grande, ya que muchas de las bodegas y museos estarían cerradas al público.

---

<sup>4</sup> Datos obtenidos por ACEVIN, a partir del informe de Visitantes a Bodegas y Museos de Rutas del Vino de España <https://acevin.es/nuevo-informe-de-visitantes-a-bodegas-y-museos-de-rutas-del-vino-de-espana>

Imagen 2: Mapa de las denominaciones de origen de Castilla y León



Fuente: <https://www.pinterest.es/pin/198932508514972273/>

Se entiende que, tras la pandemia, los subsectores y tipos de turismo más afectados han sido aquellos que concentran a un número alto de visitantes en un espacio pequeño, o cerrado. Como pueden ser, el turismo cultural (por las catedrales, iglesias, museos, palacios, universidades...) también, como ya hemos mencionado, el turismo enogastronómico, ya que la gran mayoría de bodegas y restaurantes han estado cerradas al público. Sin embargo, el turismo de naturaleza, o turismo rural no se ha visto tan afectado, y además ha tenido una buena recuperación a pesar de seguir conviviendo con el Covid-19.

No obstante, debemos mencionar que no solo son estos tipos de turismo los únicos que se desarrollan en la comunidad, sino que hay muchos nichos de mercados nuevos, con gran potencial. Estos son más novedosos y más actuales, algunos de ellos son el astroturismo, el turismo industrial, ornitológico, micológico. Sí que es cierto que algunos de estos turismos son subtipos de los que hemos desarrollado anteriormente.

## CAPÍTULO 3: LA DEMANDA

Entendemos que la demanda turística es la cantidad de bienes y servicios que los visitantes están dispuestos a adquirir a cada uno de los posibles precios; sin embargo, esta definición hace referencia a la demanda efectiva, porque suponemos que los visitantes quieren y pueden adquirir esos productos y servicios. Debemos aclarar que hay dos tipos diferentes de demanda, la efectiva que está formada por aquellas personas que realizan viajes y la demanda no efectiva que está formada por aquellas personas que no viajan por circunstancias temporales, pero que lo harán cuando esas circunstancias cambien. Un claro ejemplo de la demanda no efectiva sería la temporada en la que el Covid no permitía viajar. Sin embargo, desde que empezaron las campañas de vacunación, los viajes empezaron a aumentar de nuevo.

Hay muchos factores que son determinantes en la demanda turística. El más importante de ellos es el nivel de renta, ya que, a mayor nivel de renta, mayor cantidad demandada de bienes y servicios turísticos y viceversa. El nivel de precios, las políticas fiscales, las condiciones socioculturales, el tiempo libre... son otros de los muchos factores que afectan a la demanda turística.

2019 fue sin duda el año del turismo, debido al gran crecimiento que tuvo respecto al año anterior, con un avance del 3,8%, se alcanzó la cifra de 1500 millones de viajeros, datos aportados por la Organización Mundial del Turismo (OMT, <https://www.unwto.org/es>). Se comentó en la presentación de los datos obtenidos del año, en Madrid que el turismo no creció más debido a la inestabilidad social y política que presentaron algunos destinos. La caída del gigante de Thomas Cook afectó de manera bastante drástica a muchos destinos, pero se pudo corregir más rápido de lo previsto y todo gracias a los nuevos agentes de intermediación como son las OTAS (Agencias de Viajes Online).

Para el turismo de España el 2019 también supuso un año record ya que se alcanzó una cifra de 83,7 millones de turistas, superando en 1,2% los resultados del turismo español de 2018. El PIB español supuso un 12,4% de la economía (*Hosteltur, 2020, a*), lo que nos permite saber que el turismo para el país es una gran fuente de ingresos. Además de una mejora en el empleo turístico con una cifra del 12,1% (*Hosteltur, 2020, b*), mejorando la calidad del empleo y de los trabajadores. En Castilla y León la situación fue también de record, teniendo alrededor de un 10% del PIB y un aumento del 5,4% del empleo turístico respecto a 2018 (*LeonNoticias, 2020*).

Sin embargo, desde finales de 2019 surge en China un nuevo virus llamado SARS-CoV-2, que desestabilizó la economía del mundo. El nuevo coronavirus empezó a causar la muerte de miles de personas, por los síntomas que podían contraer al infectarse de este virus. Mundialmente los gobiernos comenzaron a realizar políticas para crear una barrera que protegiera a la población de contraer el mismo. Por lo que el mundo económicamente hablando se paró, hablando así de casi todos los tipos de industrias, además y sobre todo el turismo.

Mundialmente el descenso de turistas respecto a 2019 entre enero y mayo fue de un 56% y de alrededor de 320.000 millones de dólares (*UNWTO, 2020*). El primer problema ocasionado por la pandemia no resulta de los viajeros, que viajan por placer, sino de la protección de los empleados y las empresas que se mantienen de esos viajeros y de la priorización de la salud pública. A partir de mayo comenzó la reactivación del turismo, pero de una manera muy lenta y con una confianza muy baja en la recuperación del sector.

En España el turismo como ya hemos mencionado antes supone una gran importancia y respecto al PIB turístico de 2019, en 2020 cayó un 69%, con una cifra de 5,5%, aunque cabe destacar de que la afiliación a la Seguridad Social no supuso una caída muy grande, debido a la ampliación de los expedientes de regulación temporal o ERTE (*Statista, 2021*). La llegada de turistas tuvo una gran caída; frente a los 83,7 millones de 2019, en 2020 se registró la llegada de ni siquiera 19 millones. Para la hostelería, las agencias de viajes y la restauración el 2020 fue un año negro y de más pérdidas que de ganancias, ya que como no había turismo receptor, la responsabilidad de que las empresas que obtenían sus servicios recaía directamente sobre la población local que también se enfrentaba al virus.

En 2019 la comunidad de Castilla y León también estaba de celebración ya que como en el conjunto del país se registraron datos de record respecto al 2018, aumentando en el número de turistas un 5,56% y un 6,64% en el número de pernoctaciones (*Castilla y León económica, 2021*). También crecieron con un 5,57% los viajeros extranjeros, además de sus pernoctaciones en un 9,6%. Pero la principal característica del turismo de la comunidad es la de ser líder en el Turismo Rural acaparando un 18,75% de viajeros y un 15,32% de pernoctaciones del turismo rural de toda España (*La gaceta de Salamanca 2020*). Cabe destacar que la comunidad fue la quinta más visitadas por los turistas nacionales.

Sin embargo, partir de 2019 la pandemia del Covid-19 impactó duramente contra el turismo y este se vio muy afectado. En las siguientes tablas analizaremos la demanda de del turismo de la comunidad.

### **3.1. Análisis de la demanda**

En la tabla 10 podemos observar la diferencia de turistas en un periodo álgido para la comunidad, 2019, y uno de los peores momentos turísticamente hablando como fue el 2020. Sin embargo, el 2021, fue un periodo de lenta recuperación, pero que poco a poco se fue retomando datos de antes de la pandemia. Las pernoctaciones respecto al número de viajeros son del doble y eso se debe a la estancia media que realizan los turistas.

Cabe mencionar la gran diferencia del número de turistas de un año a otro respectivamente, la bajada fue muy fuerte y eso desestabilizó el sector y hizo que se perdieran millones de euros. Sin embargo, la recuperación en el 2021 fue un claro ejemplo de que poco a poco, tras la cuarentena y varias olas de Covid-19, el turismo iba



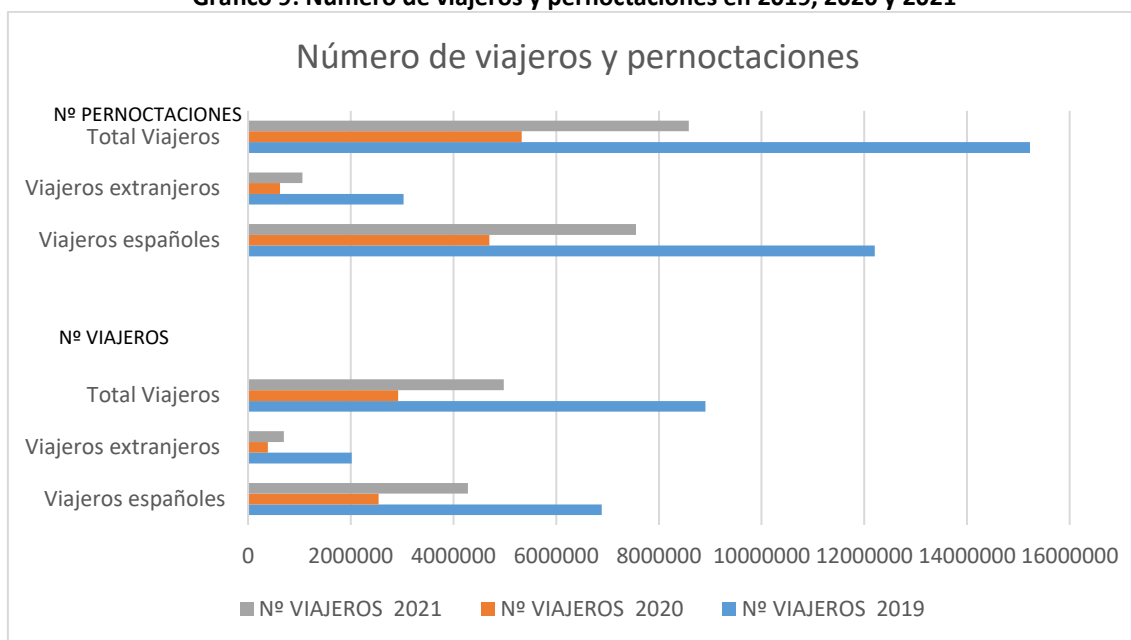
recuperando su esencia. Podemos observarlo claramente en la variación, ya que lo que descendió del 2019 al 2020, es prácticamente la subida del 2020 al 2021. Por lo que los viajeros y las pernoctaciones son bienes y servicios complementarios. Aun así, en 2021 todavía la comunidad está lejos de la cifra de viajeros y pernoctaciones pre-pandemia. Todos los datos que analizaremos a continuación también los hemos extraído del Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León.<sup>5</sup>

**Tabla 10: Número de viajeros y pernoctaciones en 2019, 2020 y 2021**

	Nº VIAJEROS			VARIACIÓN	
	2019	2020	2021	19-20	20-21
<b>Viajeros españoles</b>	6.888.518	2.541.087	4.283.294	-63,1%	68,6%
<b>Viajeros extranjeros</b>	2.020.323	383.473	694.559	-81,0%	81,1%
<b>Total Viajeros</b>	<b>8.908.841</b>	<b>2.924.560</b>	<b>4.977.853</b>	<b>-67,2%</b>	<b>70,2%</b>
	Nº PERNOCTACIONES			VARIACIÓN	
	2019	2020	2021	19-20	20-21
<b>Viajeros españoles</b>	12.202.326	4.701.962	7.552.530	-61,5%	60,6%
<b>Viajeros extranjeros</b>	3.026.081	623.493	1.058.188	-79,4%	69,7%
<b>Total Pernoctaciones</b>	<b>15.228.407</b>	<b>5.325.455</b>	<b>8.580.718</b>	<b>-65,0%</b>	<b>61,1%</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

**Gráfico 9: Número de viajeros y pernoctaciones en 2019, 2020 y 2021**



*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

En el número de viajeros por provincias podemos observar que la más visitada en 2019 fue la de León, seguida de Burgos y de Salamanca respectivamente. Las menos visitadas fueron las de Palencia, Soria y Zamora, aunque podemos decir que estas son las menos

<sup>5</sup> Los datos obtenidos por el Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021 (BCT), se localizan en <https://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/estudios-estadisticas/boletin-coyuntura-turistica>

visitadas año tras año, y además se quedan en el mismo puesto. Siendo Palencia la provincia menos visitada.

Burgos, León y Salamanca se disputan el primer puesto como provincia con más número de viajeros, sin embargo, estos van variando año tras año, aunque siempre están en el ranking de las provincias más visitadas.

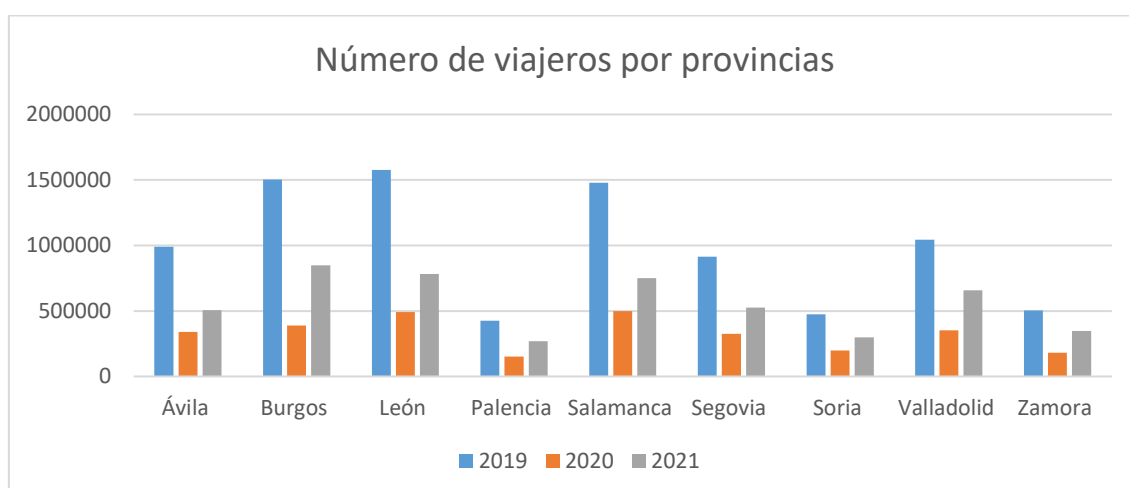
Cabe destacar según vemos en la tabla, que la variación de viajeros que obtuvo Burgos en el 2021 es bastante mayor que el resto de las provincias, ya que aumento en un 118,5% respecto a 2020, siendo la más visitada. Desde 1994 la catedral de Burgos se ha estado restaurando, en 2021 se acabó el proyecto de la restauración, casi 30 años después. Coincide con el octavo centenario de la catedral, lo que nos da respuesta a la gran subida de viajeros en la provincia. Zamora también obtuvo una gran subida de turistas, pero sin un motivo claro, como el que podíamos observar de Burgos. Aunque si se puede comentar que uno de los motivos de tanta demanda es la de “huir de las aglomeraciones”, siendo la provincia y la ciudad un buen lugar para ello.

**Tabla 11: Número de viajeros por provincias en 2019, 2020 y 2021**

	Nº VIAJEROS			VARIACIÓN	
	2019	2020	2021	19-20	20-21
Ávila	989.954	340.828	506.416	-65,6%	48,6%
Burgos	1.503.199	387.853	847.594	-74,2%	118,5%
León	1.575.712	490.367	782.254	-68,9%	59,5%
Palencia	425.135	151.246	267.989	-64,4%	77,2%
Salamanca	1.479.704	498.757	751.046	-66,3%	50,6%
Segovia	914.053	325.616	526.694	-64,4%	61,8%
Soria	474.177	197.687	298.742	-58,3%	51,1%
Valladolid	1.043.150	351.241	657.836	-66,3%	87,3%
Zamora	503.857	180.965	348.282	-64,1%	92,5%
<b>TOTAL</b>	<b>8.908.941</b>	<b>2.924.560</b>	<b>4.986.853</b>	<b>-67,2%</b>	<b>70,2%</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

**Gráfico 10: Número de viajeros por provincias en 2019, 2020 y 2021**



*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

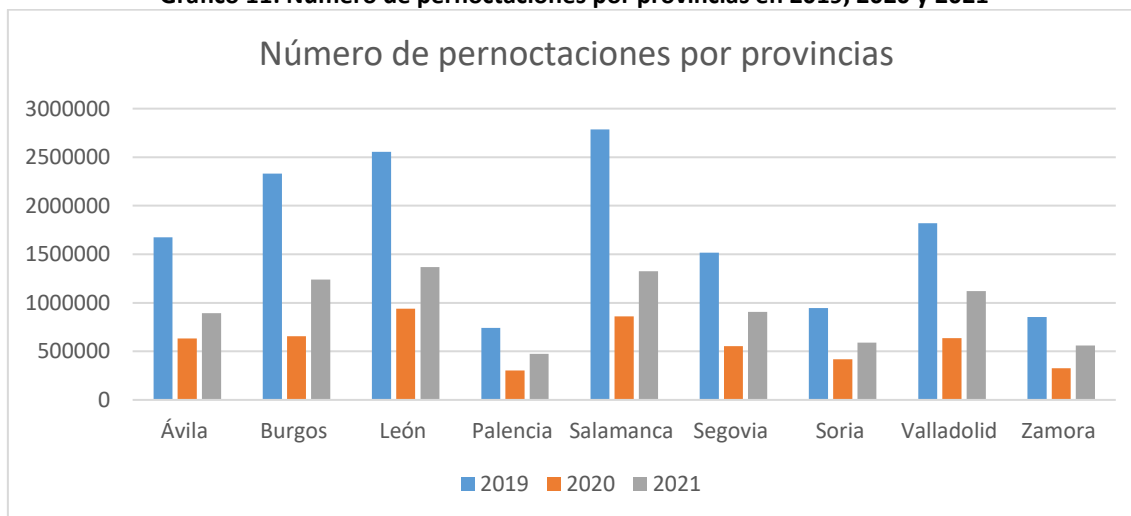
El número pernoctaciones por provincias se refiere a los días en los que el turista está alojado en el destino. Además de que va relacionado directamente con el número de viajeros, por qué son estos los que se hospedan en el destino. Habiendo mencionado lo anterior, las ciudades con mayor número de pernoctaciones son las de Burgos, Salamanca y León. Y las que menos son las de Palencia, Zamora y Soria.

**Tabla 12: Número de pernoctaciones por provincias en 2019, 2020 y 2021**

	Nº PERNOCTACIONES			VARIACIÓN	
	2019	2020	2021	19-20	20-21
Ávila	1.675.864	633.135	892.320	-62,2%	40,9%
Burgos	2.329.692	654.827	1.241.116	-71,9%	89,5%
León	2.554.616	939.060	1.368.183	-63,2%	45,7%
Palencia	743.129	302.711	476.062	-59,3%	57,3%
Salamanca	2.787.230	861.928	1.326.883	-69,1%	53,9%
Segovia	1.516.422	552.267	905.344	-63,6%	63,9%
Soria	945.819	418.588	590.179	-55,7%	41,0%
Valladolid	1.821.463	635.075	1.121.180	-65,1%	76,5%
Zamora	854.172	327.864	559.451	-61,6%	70,6%
<b>TOTAL</b>	<b>15.228.407</b>	<b>5.325.455</b>	<b>8.580.718</b>	<b>-65,0%</b>	<b>61,1%</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

**Gráfico 11: Número de pernoctaciones por provincias en 2019, 2020 y 2021**



*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

La estancia media va relacionada con el número de pernoctaciones como ya hemos mencionado antes. Y aquí podemos observar la estancia media desde 2019 hasta 2021 por provincias, además de la variación entre los años respectivos. La media varía cada año y en la mayoría no tiene una evolución muy significativa. Pero sí que debemos destacar que a medida que van pasando los años, la media va aumentando poco a poco. La media total en el 2020, el año que comenzó la pandemia, aumentó significativamente. Esto fue porque algunos establecimientos solicitaban al cliente que se hospedaran más de una noche, ya que la estancia debía permanecer en cuarentena unos días, además de que debían desinfectarla.

**Tabla 13: Estancia media en Castilla y León por provincias**

	ESTANCIA MEDIA			VARIACIÓN	
	2019	2020	2021	19-20	20-21
Ávila	1,69	1,86	1,76	10,1%	-5,4%
Burgos	1,55	1,69	1,58	9,0%	-6,5%
León	1,62	1,92	1,75	18,5%	-8,9%
Palencia	1,75	2	1,78	14,3%	-11,0%
Salamanca	1,88	1,73	1,77	-8,0%	2,3%
Segovia	1,66	1,7	1,72	2,4%	1,2%
Soria	1,99	2,12	2,04	6,5%	-3,8%
Valladolid	1,75	1,81	1,7	3,4%	-6,1%
Zamora	1,7	1,81	1,61	6,5%	-11,0%
<b>TOTAL</b>	<b>1,71</b>	<b>1,82</b>	<b>1,72</b>	<b>6,4%</b>	<b>-5,5%</b>
Españoles	1,77	1,85	1,76	4,5%	-4,9%
Extranjeros	1,5	1,63	1,52	8,7%	-6,7%

*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

Como ya he comentado anteriormente, la estancia media va variando cada año algunos puntos, pero no es muy significativa, ya que el rango de diferencia entre la estancia media más larga es de 0,9 puntos. Sin embargo, sí que podemos observar que hay años en los que la media es algo más alta y de nuevo vuelve a bajar, aunque no es nada de lo que podamos algo en claro, como una tendencia.

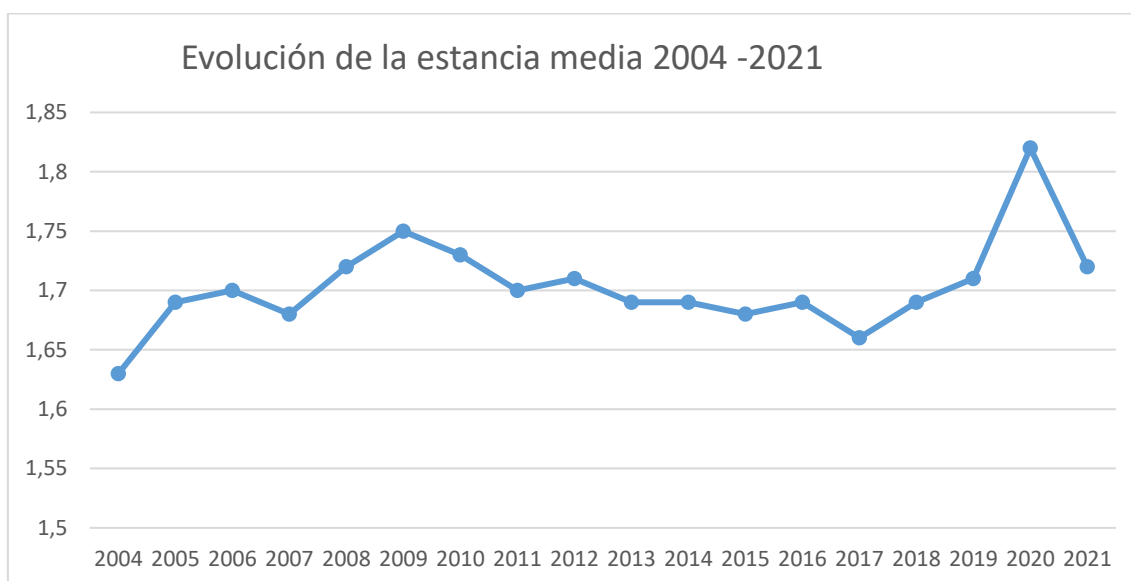
**Tabla 14. Evolución de la estancia media en Castilla y León 2004 - 2021**

ESTANCIA MEDIA			
<b>2004</b>	1,63	<b>2013</b>	1,69
<b>2005</b>	1,69	<b>2014</b>	1,69
<b>2006</b>	1,7	<b>2015</b>	1,68
<b>2007</b>	1,68	<b>2016</b>	1,69
<b>2008</b>	1,72	<b>2017</b>	1,66
<b>2009</b>	1,75	<b>2018</b>	1,69
<b>2010</b>	1,73	<b>2019</b>	1,71
<b>2011</b>	1,7	<b>2020</b>	1,82
<b>2012</b>	1,71	<b>2021</b>	1,72

*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2004 a 2021*

En este gráfico podemos observar de mejor manera la evolución de la estancia media de cada año, vislumbrando que en estos últimos años solamente crece, no de manera exponencial, pero no tiene decaídas.

**Gráfico 12: Evolución de la estancia media en Castilla y León 2004 - 2021**



**Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021**

Gracias a los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística, podemos observar la siguiente tabla, donde se muestra la estancia media turística en cada una de las comunidades autónomas. Cabe destacar que esta media se ha realizado del año 2021, y los datos son la suma de todos los meses en la comunidad.

El turismo que más se disfruta en España es el de sol y playa (turismo más practicado en España), por lo que las islas, tanto las Canarias como las Baleares son las que más estancia media tienen. Canarias con un 5,3 días de media y Baleares con 4 días. Sin embargo, en el resto de comunidades la estancia media total del país es bastante baja, con un 2,4 días de media. Castilla y León se encuentra cerca de la media de España, lo que nos da a conocer, que cada vez más, la comunidad está teniendo reconocimiento y distinción.

**Tabla 15. Estancia media en 2021 por comunidades autónomas**

COMUNIDAD AUTÓNOMA	ESTANCIA MEDIA
Andalucía	2,3
Aragón	2,0
Asturias	2,1
Baleares	4,0
Canarias	5,3
Castilla y León	2,0
Castilla La-Mancha	1,8
Cataluña	1,7
Comunidad Valenciana	2,3
Extremadura	1,7
Galicia	2,1

<b>Madrid</b>	2,0
<b>Murcia</b>	2,0
<b>Navarra</b>	1,9
<b>País Vasco</b>	1,8
<b>La Rioja</b>	1,7
<b>Ceuta</b>	2,5
<b>Melilla</b>	2,7
<b>TOTAL</b>	<b>2,5</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de estancia media por comunidades autónomas y provincias dados por el INE*

**Gráfico 13. Estancia media en España por comunidades en 2021**



*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de estancia media por comunidades autónomas y provincias dados por el INE*

Haciendo una comparativa de las tablas 14 (Tabla 14: Evolución de la estancia media en Castilla y León 2004-2021) y 15 (Tabla 15: Estancia media en 2021 por comunidades autónomas) podemos observar que los datos de la estancia media de Castilla y León varía. En la tabla 14 el dato es de 1,72 y en la tabla 15 el dato es de 2,0; lo que nos dice que los datos que elaboran las diferentes entidades (Boletín de Coyuntura turística y el INE) no son los mismos.

### 3.2. Gasto turístico

El gasto turístico según la OMT “hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros”

A continuación, vamos a analizar la evolución del gasto turístico en la comunidad de Castilla y León desde 2019 a 2021. Como podemos observar el 2019 fue sin duda el

mejor año, turísticamente hablando, de Castilla y León. Sin embargo, en el 2021 apreciamos una buena subida del gasto turístico, lo que nos da a entender que hubo un aumento considerable del turismo.

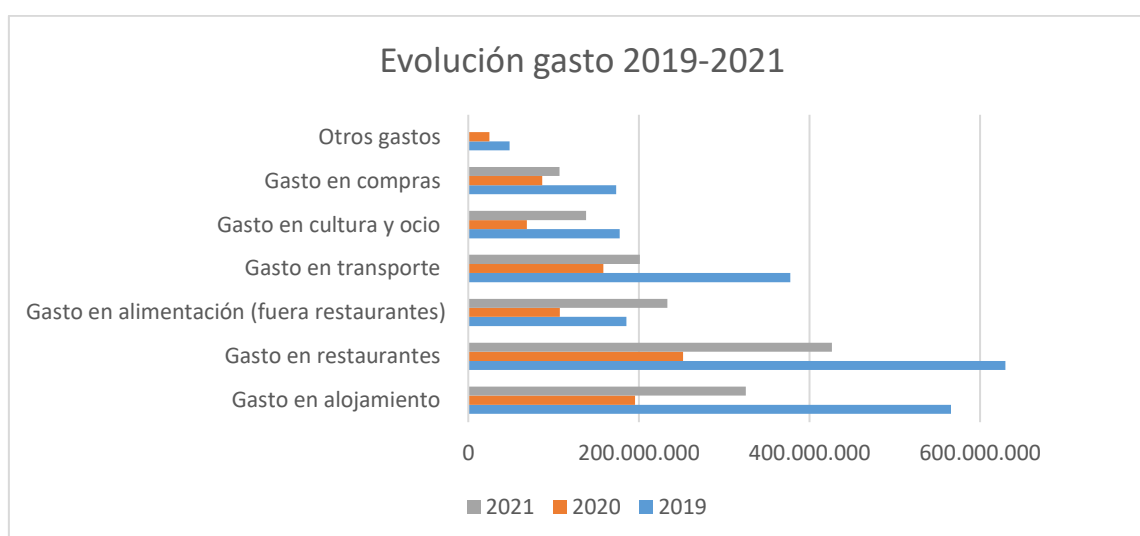
La variación del 2019 al 2020, fue significativa debido a la pandemia, bajando el gasto turístico en todas las áreas alrededor de un 50%. Aunque la mejoría del 2020 al 2021 también fue significativa. En este caso la variación que más nos interesa es la del 2019 al 2021, que a pesar de que no se haya recuperado del todo, se muestra un avance en el gasto realizado post-pandemia.

**Tabla 16: Evolución del gasto turístico en 2019,2020 y 2021 en Castilla y León**

	AÑOS			VARIACIÓN		
	2019	2020	2021	19-20	20-21	19-21
<b>Gasto en alojamiento</b>	566.090.106	195.695.956	325.498.619	-65,4%	66,3%	-42,5%
<b>Gasto en restaurantes</b>	629.831.717	251.847.527	426.168.162	-60,0%	69,2%	-32,3%
<b>Gasto en alimentación</b>	185.368.557	107.374.125	233.314.360	-42,1%	117,3%	25,9%
<b>Gasto en transporte</b>	377.549.421	158.374.125	201.311.647	-58,1%	27,1%	-46,7%
<b>Gasto en cultura y ocio</b>	177.405.196	68.845.214	138.231.530	-61,2%	100,8%	-22,1%
<b>Gasto en compras</b>	173.248.315	86.839.101	107.069.171	-49,9%	23,3%	-38,2%
<b>Otros gastos</b>	48.279.056	24.874.963	656.950	-48,5%	-97,4%	-98,6%
<b>GASTO TOTAL</b>	<b>2.157.771.369</b>	<b>893.867.800</b>	<b>1.432.250.440</b>	<b>-58,6%</b>	<b>60,2%</b>	<b>-33,6%</b>

*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

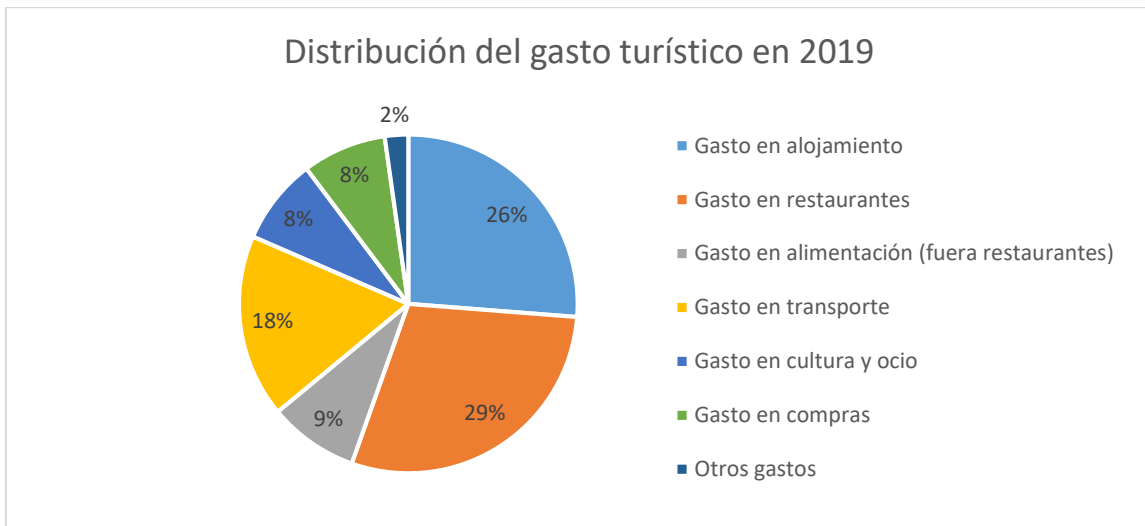
**Gráfico 14: Evolución del gasto turístico en 2019,2020 y 2021 en Castilla y León**



*Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021*

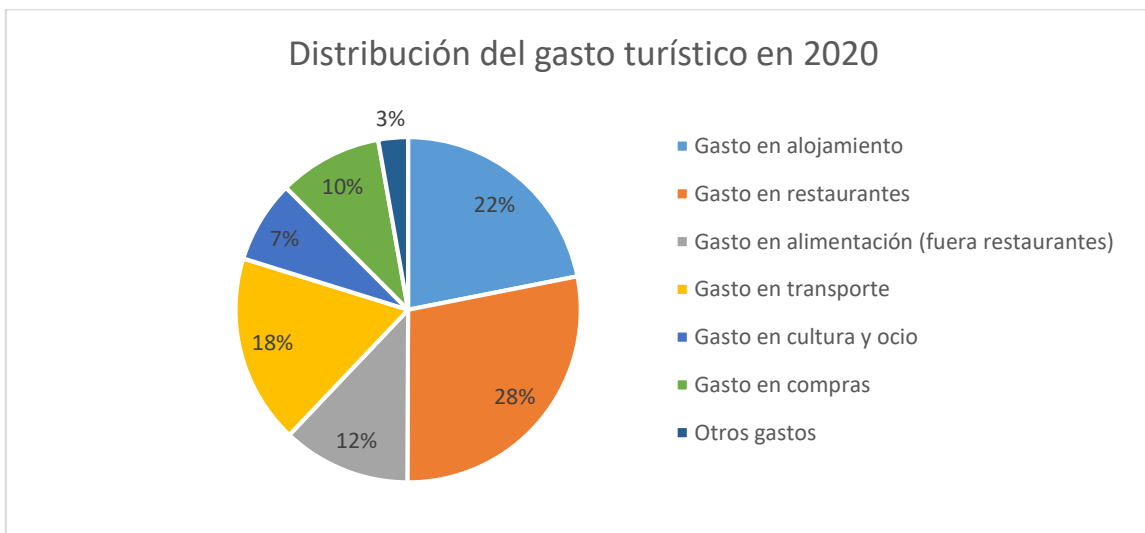
El gasto está dividido por los diferentes tipos de bienes y servicios en los que los turistas se gastan el dinero. El área principal que deja más dinero es el de los restaurantes, seguido del alojamiento, estas áreas coinciden todos los años, únicamente varían las cantidades. Las áreas que menos importancia tienen dentro del gasto turístico son las de otros gastos y el gasto en compras.

**Gráfico 15: Distribución del gasto turístico en 2019**



**Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021**

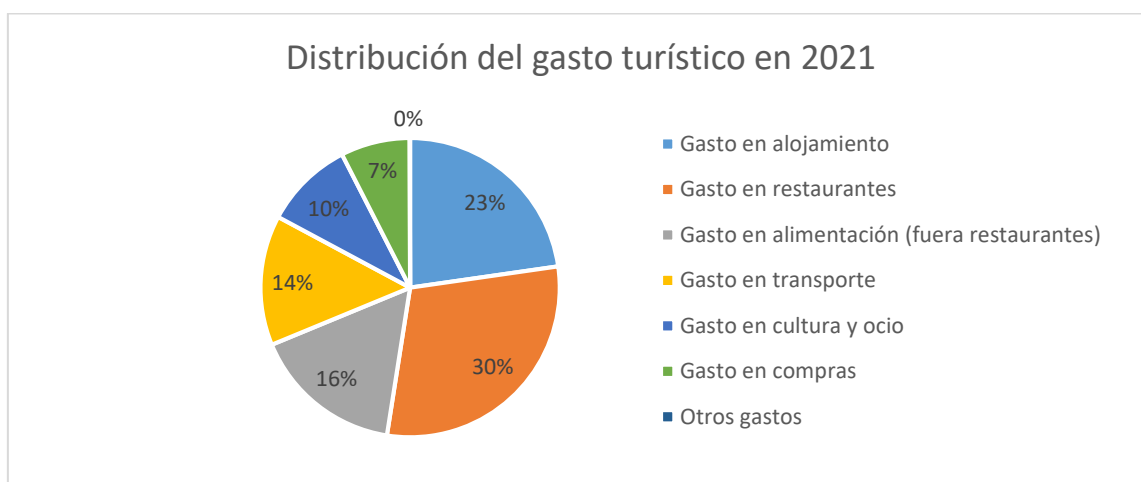
**Gráficos 16: Distribución del gasto turístico en 2020**



**Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021**



**Gráfico 17: Distribución del gasto turístico en 2021**



**Fuente: Elaboración propia a partir del BCT de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021**

### 3.3. Perfil del turista

El perfil del turista es conocer el consumidor de nuestros bienes y servicios y es de gran importancia ya que nos ayuda a crear y mejorar los productos especializados, de manera que sean más atractivos para el cliente. Cuando creamos un bien o servicio turístico, en base al perfil del turista, lo que estamos haciendo es personalizar el producto con el fin de que sea atractivo para el consumidor. Los datos obtenidos para el análisis se han obtenido del Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León<sup>6</sup>

En **2019** el turismo en Castilla y León fue de suma importancia y batió records. El sexo de los visitantes fue de 52% hombre y 48% mujeres, lo que nos indica que el turismo que se realiza en la comunidad no diferencia por sexo. Una gran parte de los visitantes tenían más de 55 años (30,2%), aunque les seguían de cerca gente joven de entre 35 y 44 años (27,2%) y la edad entre medias, entre 45 y 54 años (22,7%). La gran mayoría con estudios universitarios (54,3%) o con el bachillerato/módulo (31,5%), y siendo trabajadores por cuenta ajena (60,7%).

Los que menos visitaron la comunidad son los que tienen entre 16 y 24 años (4,5%) y entre 25 y 34 años (15,40%) y en cuanto a la situación los que menos la visitaron fueron los amos de casa (2,5%), los estudiantes (4,1%) y los desempleados (4,7%). Lo que respecta al nivel de ingresos, un 38% no quiso responder/no sabía. Sin embargo, un 34,4% de los mismos dijo que ganaba entre 12.000 y 30.000 euros anuales, el resto dijo que ganaba entre 30.000 y 54.000 euros anuales (14,4%), un 8,9 % menos de 12.000 euros anuales y un 3,5% más de 54.000 euros anuales

<sup>6</sup> Los datos obtenidos por el Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León de 2019,2020 y 2021 (BCT), se localizan en <https://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/estudios-estadisticas/boletin-coyuntura-turistica>

La gran mayoría de los visitantes (72,7%) visitó la comunidad con coche propio, después el medio de transporte más utilizado fue el autobús (7,9%). La composición del grupo de viaje está dividida; con familiares y / o amigos (49,4%), en pareja (40,8%), solo (9,2%), siendo la composición de familiares y / o amigos la más utilizada en este caso. Además, cabe destacar que un 68,8% repetían la visita, siendo este el grado de conocimiento de la comunidad. Esto nos dictamina que hay consumidores fieles que ponen por encima el turismo en Castilla y León antes que en otra comunidad.

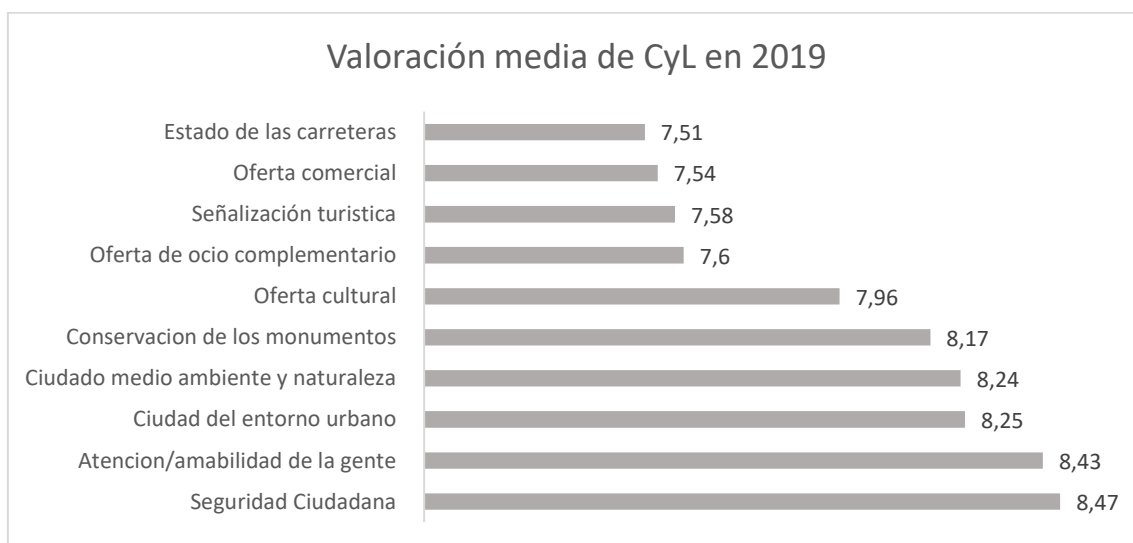
Un 47,8% organizó el viaje de manera propia, aunque por otros medios que no son Internet, sin embargo, el 43,1% lo hizo también de manera propia, pero esta vez a través de internet.

El motivo principal del viaje de los turistas en 2019 fue, en primer lugar (38,9%), por turismo (realizando un recorrido turístico). En segundo lugar, los visitantes con un 23,1% tan solo vinieron a pasar las vacaciones sin realizar un recorrido turístico. En tercer lugar, salida de fin de semana (20,3%), de lejos los demás motivos principales del viaje son la visita a familiares o amigos (8,5%), negocios (3,4%), estudios (0,5%), realizar un curso de español (0,1%), realizar compras (0,1%) u otros motivos (4,5%).

Las actividades que más se realizaron fueron visitar monumentos (70,4%), conocer su arte/historia (51,3%), disfrutar de su gastronomía (41,3%), visitar la ciudad o localidad (33,1%) y visitar el paisaje y la naturaleza (30,8). Las actividades que menos se realizaron fueron disfrutar de balnearios (0,4%), estudios/cursos... (0,5%), aprender o practicar el idioma (0,9%), el camino de Santiago (4,7%) y el turismo enológico (4,7%).

La valoración de la visita a Castilla y León es muy positiva, con una media de casi un 8, con la siguiente tabla. Siendo las mejores valoradas la seguridad ciudadana (8,47), la atención/amabilidad de la gente (8,43) y el cuidado del entorno urbano (8,25) y de la naturaleza (8,24). Las peores valoradas son el estado de las carreteras (7,51), la oferta comercial (7,54) y la señalización turística (7,58).

**Gráfico 18: Valoración media de Castilla y León en 2019**



**Fuente: Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021**

En **2020** el perfil del turista tiene alguna diferencia con el obtenido en 2019. La edad de los visitantes es bastante más igualada, es decir que se distribuye mejor y hay visitas de mayor grupo de edad. Los que más visitaron la comunidad tenían una edad entre 45 y 54 años (27,6%), seguido de la edad entre 34 y 44 años (23,8%), seguido de bastante cerca de los más jóvenes, entre 25 y 34 años (21,7%). Sin embargo, el grupo que más visitó Castilla y León en 2019, el grupo de más de 55 años, en 2020, es el 4º grupo de edad que más la visita (19,3%), probablemente causado por la pandemia. El sexo de los visitantes cada vez se acerca más hacia el 50% en cada caso, representando en este caso las mujeres un 48,2% y los hombres un 51,8%.

Más de la mitad de los visitantes (55,1%) tenían estudios universitarios y la otra gran mayoría poseía el bachillerato o un módulo (32,2%). En este caso, como en el anterior, la situación laboral de los visitantes, es de que la gran mayoría es trabajador por cuenta ajena (65,8%), y los que menos, amos de casa (3,1%). Y un 46,1% gana entre 12.000 y 30.000 euros al año.

El medio de transporte utilizado por los visitantes es el coche propio, con un 81,9%, el resto se dividen en porcentajes del 0% al 5%. El más utilizado después del coche es el autobús (3,5%) y el que menos se utiliza es el avión (0,2%). En la composición de los grupos de viaje, los porcentajes han variado un poco respecto a 2019. Una gran parte viaja con familiares o amigos (45,2%), y la otra gran mayoría lo hace en pareja (42,8%). Sin embargo, cada vez más, los visitantes viajan solos (10,9%).

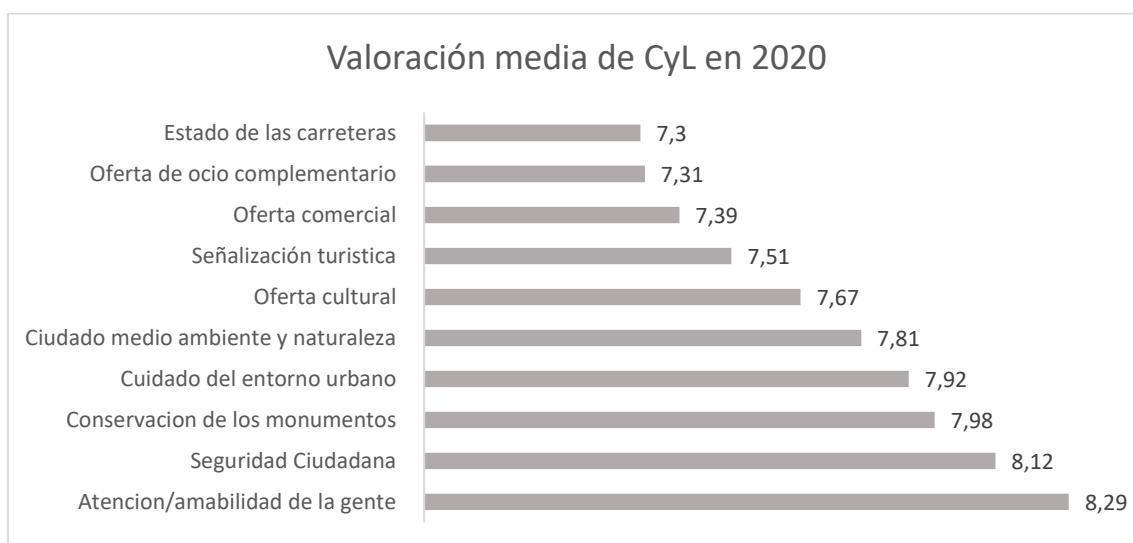
Sigue predominando la repetición de la visita a la comunidad (77,2%) y el turista organiza el viaje de manera propia, con otros medios que no son el Internet (65,5%), un 30,7% lo hace por medio de internet y solo un 4,8% lo organizan a través de una agencia de viajes, ya sea online o física.

EL motivo principal del viaje, como en 2019, fue el turismo, realizando un recorrido turístico (28,5%). Aunque de cerca le sigue el motivo vacacional, pero sin recorrido turístico (27,9%). Otro motivo de la visita es la salida de un fin de semana (22,7%). Los motivos principales menos utilizados son de realizar un curso de español (0,1%), realizar compras (0,5%) y los estudios (0,5%).

La actividad de los visitantes que más se realizó en la visita a la comunidad fue la visita a los monumentos (64,2%), seguido del disfrute de la gastronomía (35,1%). En tercer lugar, se encuentra la visita del paisaje y la naturaleza (34,4%) y, en cuarto lugar, conocer el arte y la cultura (32,2%). Las actividades menos realizadas son, aprender o practicar el idioma (0,1%), disfrutar de balnearios (0,2%), estudios/cursos (1,4%) y el Camino de Santiago (1,6%).

La valoración de la comunidad en el 2020, no fue tan positiva como lo fue en el 2019, aunque hay que tener en cuenta que no recibió el mismo número de turistas. La media en este caso es de: 7,73. Siendo las mejores valoradas la atención/amabilidad de la gente (8,29), la seguridad ciudadana (8,12) y la conservación de los monumentos (7,98). Las peores valoradas son el estado de las carreteras (7,30), la oferta de ocio complementario (7,31) y la oferta comercial (7,39).

**Gráfico 19: Valoración media de Castilla y León en 2020**



**Fuente: Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021**

En **2021** el perfil del turista continúa cambiando, sin embargo, se parece mucho más al de 2019 que al de 2020. La edad predominante de los visitantes es de más de 55 años con un 28,8%, seguido de los visitantes entre 35 y 44 años (24,8%), en tercer lugar, se encuentran los visitantes entre 45 y 54 años (23,9%). Los más jóvenes suponen un 22,6% con una edad entre 16 y 34 años. El sexo de los turistas es el más igualado de los tres años analizados, ya que las mujeres suponen un 50,2% y los hombres un 49,8%.

En cuanto al nivel de estudios, el predominante sigue siendo los estudios universitarios 53,7%, y un 32,9% los visitantes con bachillerato o módulo. Aunque en este caso, son mínimos los visitantes que viajan y no tienen estudios (0,5%). La situación laboral es la misma que en el 2020, siendo un 65,8% los visitantes que son trabajadores por cuenta ajena. El nivel de ingresos prácticamente es el mismo, ya que un 50% de los turistas gana entre 12.000 y 30.000 euros anuales.

El medio de transporte más utilizado sigue siendo el coche propio con un 79,9% del total y el menos utilizado, la moto (0,5%). La composición del grupo de viaje varía bastante, ya que en este caso predomina el viaje en pareja (50,8%) y el viaje con familiares y amigos queda en un segundo plano (38,3%). Y como ya hemos mencionado antes, aumenta la tendencia de viajar solo (10,3%). Se sigue repitiendo la visita (73,8%), aumentando cada año más, haciendo que los turistas que visitan por primera vez la comunidad, sean cada vez menos (26,2%).

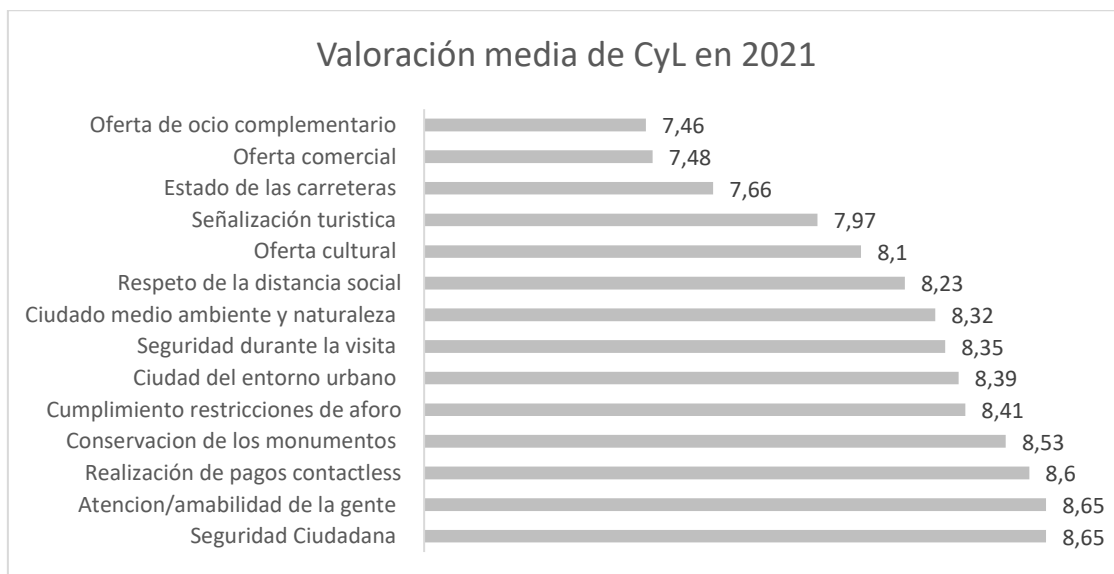
En la causa principal del viaje están igualados dos motivos con un 26% de los visitantes. Estos son el del turismo (con un recorrido turístico por la comunidad) y el de la salida del fin de semana. A estos dos, les siguen las vacaciones sin recorrido turístico (23,5%). Los motivos que menos atraen turistas son igual que en los anteriores años: realizar un curso de español (0,0%), realizar compras (0,9%) y los estudios (1,3%).

Las actividades que más se realizaron durante los viajes fueron; en primer lugar, visitar monumentos (68,2%), conocer lugares (50,1%), disfrutar de su gastronomía (46,1%) y visitar la ciudad o localidad (38,6%). Las que menos se realizaron fueron; disfrutar de balnearios (0,9%), estudios/cursos (0,9%), aprender o practicar el idioma (1,7%) y el Camino de Santiago (3,0%).

En la valoración que los visitantes realizaron de su visita a Castilla y León en 2021, se aumentaron los puntos a valorar. Estos fueron: realización de pagos contactless, cumplimiento de restricciones de aforo, seguridad durante la visita (higiene, limpieza, ventilación) y respeto de la distancia social. Cabe destacar que todos estos puntos vienen a raíz de la pandemia del Covid-19. Aun así, la valoración media de la visita es muy positiva, siendo la mejor media de los tres años analizados con un 8,2 sobre 10.

Los mejores puntos valorados han sido la seguridad ciudadana (8,65) y la atención/amabilidad de la gente (8,65), como en los otros años. Uno de los puntos añadidos debido al Covid-19 ha sido muy bien valorado (8,6). Los peores valorados han sido la oferta del ocio complementario (7,46), la oferta comercial (7,48) y el estado de las carreteras (7,66).

**Gráfico 20: Valoración media de Castilla y León en 2021**



**Fuente: Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León de 2019, 2020 y 2021**

Como reflexión final del perfil del turista que se ha analizado anteriormente podemos observar que en el año 2020 hubo una variación en como viajaban los turistas, disminuyendo el recorrido turístico, además de la organización ajena y la realización del Camino de Santiago. La pandemia afectó mucho a la forma de viajar que se tenía, no al perfil del consumidor, esto fue debido seguramente a todas las restricciones que había y a la seguridad que querían tener los consumidores a la hora de viajar. En 2021 la forma de viajar se parece más al 2019 y sería interesante conocer el perfil del 2022.



## CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN Y PROPUESTA DE MEJORA

### 4.1. Análisis de la normativa en Castilla y León

Castilla y León se rige por la LEY 14/2010, de 9 de diciembre, de Turismo de Castilla y León, con diversas normativas, en turismo rural, agencias de viajes, albergues, alojamientos hoteleros, apartamentos, campamentos, viviendas de uso turístico, restaurantes, cafeterías y bares, guías de turismo, fiestas de interés turístico y empresas de turismo activo. “Esta ley tiene como objeto regular el turismo en el territorio de la Comunidad de Castilla y León, específicamente, su ordenación, planificación, promoción, fomento y disciplina”

Actualmente está en marcha el Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2019-2023<sup>7</sup>, con grandes objetivos generales, que marcan las diferentes líneas que se abordarán para obtener resultados (JCYL, 2019). Estos objetivos se marcan desde un diagnóstico de lo sucedido anteriormente en la comunidad y en base al anterior Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2014-2018. Los objetivos son los siguientes:

1. “Desarrollar un modelo de gestión turística sostenible propio, que tome como referencia criterios de la Organización Mundial del Turismo y que se convierta en referente a nivel estatal, para hacer de Castilla y León un destino pionero que evoluciona de la mano del sector hacia un modelo que pone en valor el capital humano y el bienestar social, y que avanza hacia un perfil de visitante que genere mayor gasto en la Comunidad Autónoma.
2. Fortalecer y hacer competitivo al sector empresarial turístico en términos de innovación y excelencia turística, desde la gobernanza e inclusión de todos los grupos de interés implicados (residentes, sector público y privado y viajeros).
3. Ordenar la actividad turística tomando como referencia la seguridad y calidad de los servicios y de la oferta de Castilla y León.
4. Contribuir al posicionamiento del destino Castilla y León tanto a nivel nacional como internacional mediante elementos de motivación turística, a través del impulso de la promoción y del apoyo a la comercialización del producto existente y del producto singular que se considere potenciar.
5. Favorecer la internacionalización turística del destino y de sus empresas, mediante una gestión turística que permita desestacionalizar y repartir la economía generada por el turismo.
6. Favorecer la empleabilidad de calidad en el sector turístico de Castilla y León desde la formación y profesionalización de sus recursos humanos.”

---

<sup>7</sup> Junta de Castilla y León. (2019, enero). *Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2019–2023*. <https://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/planes-estrategicos/plan-estrategico-turismo-castilla-leon-2019-2023.ficheros/172680-Plan%20Estrat%C3%A9gico%20de%20Turismo%20de%20Castilla%20y%20Le%C3%B3n%202019-2023.pdf>

Sin embargo, como ya hemos mencionado en el 2020, se originó una pandemia, que afectó a todos los sectores, y con ellos a los planes que estaban dirigidos a ayudar y mejorar el sector. Por ello en el turismo de Castilla y León se han ido desarrollando diferentes medidas para combatir el escaso turismo en la comunidad, aunque en este caso, las medidas restrictivas venían dadas por parte del gobierno central y por el gobierno de sanidad.

En enero de 2022 se ha planteado un proyecto que es un Plan Territorial de Sostenibilidad Turística de Castilla y León 2021-2024<sup>8</sup> basado en el Plan de Crecimiento Inteligente del Turismo Rural de Castilla y León<sup>9</sup>. El plan de sostenibilidad estará financiado por fondos europeos y tiene por objetivo *“apoyar a los destinos turísticos españoles en su proceso de transformación hacia polos de innovación turística”*. Esto nos da una idea de que el turismo está cambiando hacia una mejora en la sostenibilidad y accesibilidad.

Un cambio que es necesario tras esta pandemia que hemos sufrido y en la que nos hemos dado cuenta que debe de haber una mejora en la forma en la que practicamos turismo. Nuevas ideas, tendencias y especializaciones están abriendo un nuevo camino de lo que será el turismo en el futuro y los planes que se desarrollan lo plantearán de la mejor manera.

## **4.2. Tendencias futuras de Turismo**

Como en todos los aspectos del mundo de los bienes y servicios, el turismo también sufre de tendencias que van variando. Hoy en día hay actuaciones de los turistas muy claras y muchas de las que hay se han creado a raíz de la pandemia.

A partir de marzo de 2020 hasta mediados de mayo de 2020, la gente realizó una cuarentena. Esto supuso que durante más o menos dos meses, la gente no pudiera hacer vida nada más que en su casa. Cuando esto cambió lo que la gente buscó fue escapar de casa a la naturaleza, hacia el mundo rural. Ya que era mucho menos restrictivo que la ciudad, menos agobiante, había menos gente con la gente (con menos probabilidad de contagio); es decir, mucha más *“libertad”*. Esto supone viajes ligados a espacios abiertos, seguros o frictionless (sin contacto entre turistas), en zonas poco masificadas y vuelta a lo auténtico (o turismo slow). Aunque esta última es una tendencia que se lleva utilizando durante un tiempo

El turismo está ligado al uso interactivo de las nuevas tecnologías, ya que vivimos en un mundo completamente digitalizado. Una de las tendencias son los viajes do it yourself; con las facilidades que nos aporta un dispositivo electrónico, somos capaces de

---

<sup>8</sup> Junta de Castilla y León. (2022, enero). Plan Territorial de Sostenibilidad Turística en Castilla y León. [https://www.turismocastillayleon.com/en/fondoseuropeosprtr.files/225707-Bloque\\_I-20210826\\_ConvocatoriaExtraord\\_PTSTCyL.pdf](https://www.turismocastillayleon.com/en/fondoseuropeosprtr.files/225707-Bloque_I-20210826_ConvocatoriaExtraord_PTSTCyL.pdf)

<sup>9</sup> Junta de Castilla y León. (2021, junio). Plan de Crecimiento Inteligente de Turismo Rural de Castilla y León. [https://www.turismocastillayleon.com/en/fondoseuropeosprtr.files/225702-2021-PlanCrecimientoInteligente%20TR\\_CyL.pdf](https://www.turismocastillayleon.com/en/fondoseuropeosprtr.files/225702-2021-PlanCrecimientoInteligente%20TR_CyL.pdf)



organizar nuestro propio viaje sin necesidad de intermediarios como una agencia de viajes. Por lo que esta tendencia no es muy positiva para los intermediarios, ya que no son tan “necesarios” para los turistas. Sin embargo, estas empresas que ofrecen servicios están optando por reinventarse y/o especializarse en algún tipo de turismo.

Pero sin duda hay dos tendencias que son esenciales para los turistas al viajar. Estas son los viajes con emotividad o la búsqueda de experiencias, y la accesibilidad y sostenibilidad.

La búsqueda de experiencias es una necesidad del turista. Este quiere emocionarse y que afloren los sentimientos cuando realiza turismo; quiere crear su propio recuerdo a partir de lo vivido en el viaje. Un ejemplo de viaje experiencial es el de “viaje mochilero”, donde el turista va creando su propio viaje sin planificar, de manera de que cada día sea algo nuevo y sorprendente.

De turismo sostenible se habló por primera vez en 1995 en Lanzarote, donde tiene lugar la primera conferencia mundial de turismo sostenible. Se reconoció que el turismo rural era una actividad económica muy importante pero que asentaba sus bases sobre unos recursos muy frágiles y que había que proteger. Por lo que la solución fue instar a los gobiernos a desarrollar el turismo de manera sostenible. Todo esto estuvo recogido en la Carta Mundial del Turismo Sostenible<sup>10</sup>. Desde entonces las palabras de turismo y sostenibilidad han ido de la mano.

Desde distintos organismos e instituciones oficiales como solo el Consejo de Europa o la Organización de Naciones Unidas se ofrecen recomendaciones para realizar un turismo respetuoso con los recursos naturales. Debido a la constante destrucción del medioambiente, y los impactos económicos y socioculturales que hemos mencionado antes, los consumidores cada vez valoran más los esfuerzos que realizan las empresas en materia de responsabilidad corporativa.

Los objetivos del turismo sostenible se basan en los 17 Objetivos para el Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, ya que el turismo de manera directa o indirecta puede contribuir a todos los objetivos, aunque sí que es cierto que hay tres de ellos, que son el 8, 12 y 14 que se relacionan directamente con él, siendo “trabajo decente y crecimiento económico”, “producción y consumo responsable” y la “vida submarina” respectivamente.

### **4.3. Propuesta de mejora**

Para poder idear propuestas de mejora y tratar ideas que puedan mejorar el turismo de la comunidad lo más importante y por lo que debemos comenzar es con la realización de un DAFO, que nos permite conocer las debilidades, las fortalezas, las

---

<sup>10</sup> Carta Mundial de Turismo Sostenible. (1995). <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Carta-del-Turismo-Sostenible-Lanzarote-Espan%CC%83a-1995.pdf>

amenazas y las oportunidades que tiene nuestro producto, en este caso, la comunidad de Castilla y León.

**Tabla 17: DAFO del turismo de Castilla y León**

<b>DEBILIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alto índice de despoblación</li> <li>- Infraestructuras básicas escasas</li> <li>- Falta de instalaciones de información turística</li> <li>- Escasa presencia en internet</li> <li>- Falta de identidad turística</li> <li>- Falta de especialización profesional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran potencial paisajístico y de actividades en la naturaleza</li> <li>- Liderazgo nacional en el turismo rural</li> <li>- Riqueza patrimonial</li> <li>- Desarrollo de nuevos tipos de turismo</li> <li>- Poca estacionalidad del turismo que se realiza</li> <li>- Desarrollo de nuevos planes estratégicos de turismo</li> </ul>
<b>AMENZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actual situación económica del país</li> <li>- Pandemia actual provocada por el Covid-19</li> <li>- Poca coordinación entre las administraciones</li> <li>- Pérdida de competitividad y liderazgo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevas ideas para impulsar el turismo</li> <li>- Enfocar el turismo en la accesibilidad y la sostenibilidad</li> <li>- Participación en ferias internacionales de turismo</li> <li>- Auge del desarrollo de nuevos tipos de turismo</li> <li>- Atractivos sin explotar</li> <li>- Cambios en los gustos de los visitantes</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia a partir de análisis*

En la tabla anterior podemos observar el DAFO realizado del turismo de Castilla y León. Dentro de las debilidades, la más clara es el alto índice de despoblación que sufre la comunidad debido a la población envejecida que hay. A pesar de ser la comunidad autónoma más grande del país, tiene escasez de infraestructuras básicas como son los hospitales. Cabe destacar la escasa presencia en internet y la falta de identidad turística, ya que desde fuera no se ve a la comunidad como un destino turístico atractivo comparándola con otras comunidades, es decir que no es uno de los principales destinos que los turistas escogen, ni nacionales ni internacionales. Además, que hay una gran falta de especialización profesional en el ámbito turístico.

La principal amenaza, como ya hemos ido comentando a lo largo del análisis, es la pandemia actual provocada por el Covid-19 y por consecuencia la crisis económica que el virus ha ocasionado. Turísticamente hablando las principales amenazas son la poca coordinación entre las administraciones y los diversos organismos que rigen el turismo. Además de la pérdida de competitividad y liderazgo que hay entre destinos turísticos.

Sin embargo, las fortalezas que presenta nuestra comunidad son positivas con el crecimiento del turismo. Uno de los principales problemas que se presenta en otros destinos, de sol y playa, es la estacionalidad. Aunque para la comunidad de Castilla y

León no es un inconveniente, ya que el turismo que se realiza no es estacional. Somos líderes en el turismo rural, debido al gran potencial paisajístico y actividades a realizar en la naturaleza. En los últimos años, como ya hemos mencionado anteriormente se están creando nuevos planes estratégicos de desarrollo turístico. Y las nuevas tendencias como la sostenibilidad, el turismo slow, el turismo en la naturaleza... ayudan al crecimiento continuado del turismo en la comunidad.

Respecto a las fortalezas, obtenemos las oportunidades a las que la comunidad está ligada para crecer en el turismo. Una de las más importantes es basar el nuevo turismo, mediante nuevas ideas, hacia la sostenibilidad y la accesibilidad. Hay muchos productos y atractivos sin explotar, que mediante ideas nuevas y la participación en ferias internacionales, se pueden impulsar para dar una nueva imagen de la comunidad.

Tras el análisis del DAFO, podemos observar que el turismo en el que se deben enfocar las energías es en el turismo sostenible y accesible. Ya que el turista post-pandemia, ha cambiado, buscando nuevos enfoques, direcciones, actividades, experiencias, emoción, autenticidad o emoción.

Muchos de los problemas que surgen y a los que se enfrenta el ser humano son el cambio climático, las desigualdades sociales, el hambre o la escasez de agua.... Todos estos retos solo se pueden resolver de una perspectiva global y en la que se promueve el desarrollo sostenible; apostando por el progreso social, el equilibrio medioambiental y el crecimiento económico. Para lograr este objetivo, Naciones Unidas aprobó una serie de metas comunes, que son los, ya mencionados, 17 ODS de la Agenda 2030 (*ACCIONA, 2021*).

El turismo sostenible no es un tipo de turismo si no que es un modelo de desarrollo (*EUMED 2020*), que se basa en la rentabilidad económica, la equidad social y la preservación de los ecosistemas. En este modelo de desarrollo entran todos los tipos de turismo. La sostenibilidad no solo se trata de ser cuidadoso con el medio ambiente si no que se deben respetar las características naturales, sociales, económicas, patrimoniales y culturales.

Desde que el turismo empezó a convertirse en una necesidad y se originó lo que llamamos el “turismo de masas”, la actividad turística ha tenido un gran impacto en el ambiente. Sin embargo, contrariamente un buen ambiente genera mucha actividad turística, por lo que, desde este punto de vista, el turismo debe convertirse en un aliado del ambiente en el que se desarrolla; sirve de motor como fuerza económica y política de apoyo que asegure la conservación de los espacios.

33 son los espacios naturales protegidos bajo diferentes denominaciones con los que cuenta Castilla y León. Y siendo la comunidad autónoma por excelencia en turismo rural, desde las diferentes organizaciones no se quiere llegar a un modelo turístico que pueda de alguna manera perjudicar la fragilidad de los paisajes. Por ello la Federación EUROPARC creó a finales de los noventa la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS), la cual protege a los espacios naturales, donde se debe practicar un turismo sostenible.

La comunidad cuenta con 5 espacios protegidos por la CETS: el Parque Regional de la Sierra de Gredos (Ávila), la Reserva Natural del Valle de Iruelas (Ávila), el Parque Natural Fuentes Carrionas y Fuente Cobre-Montaña Palentina (Palencia), el Parque Natural Las Batuecas-Sierra de Francia (Salamanca) y el Parque Natural Hoces del Río Riaza (Segovia). Y se sumará uno en breve, el Parque Natural Sabinas del Arlanza – La Yecla (Burgos)

El Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2019-2023 está basado en este nuevo modelo de desarrollo. Las políticas turísticas que se definen en el plan son sostenibles y responsables con este modelo. La mayoría de las políticas que se implementan están basadas en los 17 ODS de la Agenda 2030. Además del planteamiento de un Plan Territorial de Sostenibilidad Turística de Castilla y León 2021-2024.

El enfoque del turismo de la comunidad es la sostenibilidad, sin embargo, el nuevo objetivo debería ser la creación de nuevas estrategias dirigidas a aumentar el número de turistas en tipos de turismo menos realizados. Como por ejemplo el turismo de salud y bienestar, el ecoturismo, turismo activo, turismo basado en experiencias....

La especialización en las empresas en un tipo de turismo en especial cada vez es más normal. La búsqueda de experiencias ha hecho que el turismo no se convierta en algo rutinario ni generalizado, sino que cada turista pueda crear y disfrutar de una práctica adaptada a sus gustos.

## CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES

Como ya hemos ido observando a lo largo del trabajo la comunidad de Castilla y León se ha visto duramente afectada por el Covid-19 y uno de los sectores que más ha sufrido es el turismo, sin olvidarnos del sistema sanitario. Después de realizar el análisis de la oferta y la demanda hemos comprobado que se han creado tendencias post-pandemia y un cambio significativo en la mentalidad de los turistas en base a cómo perciben el turismo del futuro.

La oferta, se divide en 2 tipos, la oferta básica (formada por los servicios esenciales) y la oferta secundaria (formada por todas las actividades que se pueden realizar cuando se realiza un viaje).

Tras analizar la oferta básica, hemos observado que el número de establecimientos y plazas de oferta turística ha ido aumentando año tras año a pesar de la pandemia. Sobre todo, aumentaron el número de plazas de alojamiento extra-hotelero y disminuyeron los alojamientos hoteleros. La provincia que más oferta turística tiene es León con una gran diferencia al resto de provincias. Haciendo una comparativa, año tras año, desde el 2001 al 2021 hemos podido observar que el número de establecimientos y de plazas de oferta turística ha aumentado anualmente. Sin embargo, los últimos años, a pesar de haber aumento, éste ha sido más constante.

La oferta complementaria nos muestra la importancia de las actividades que se pueden realizar en nuestra comunidad. El turismo rural es líder del país, compitiendo con Cataluña y con Andalucía, sin embargo, con un gran posicionamiento. El turismo de salud y bienestar y del turismo activo, cada vez está cobrando mucha más importancia. Aunque los otros dos tipos de turismo que más se realizan en la comunidad son el turismo cultural (con sus 11 Bienes Patrimonio de la Humanidad) y el turismo enogastronómico, contando con grandes productos gastronómicos y con 9 denominaciones de origen de vino.

La demanda turística se ha dividido en tres epígrafes. El análisis de la demanda, el gasto turístico producido en la comunidad y el perfil del turista. Todas estas variables nos dan una idea de que es lo que busca el turista cuando viene a visitar Castilla y León.

En el análisis de la demanda, podemos observar como el número de pernoctaciones y de viajeros de 2020 respecto a 2019 es de un tercio menos. Sin embargo, la recuperación en 2021 es un claro ejemplo de que se iba recuperando la esencia del turismo. Las provincias que se disputan el primer puesto en cuanto a número de viajeros y de pernoctaciones son Burgos, León y Salamanca, ya que van variando anualmente los turistas que las visitan. Sorprende que la estancia media en 2020 aumente, aunque seguramente esto sea debido a que algunos establecimientos solicitaban al cliente que se hospedaran más de 1 día (debido a la desinfección del alojamiento). La estancia media a lo largo de los años, desde 2004 a 2021, ha ido creciendo anualmente, hasta el último dato en 2021, que fue de 1,72.

El gasto turístico español está analizado por la división de los diferentes tipos de bienes y servicios en los que los turistas se gastan el dinero. El área principal donde se deja más dinero es en los restaurantes y en los alojamientos. La variación del gasto del 2019 al 2020, como en el resto de áreas que hemos ido analizando a lo largo del trabajo, ha sido significativa. Sin embargo, la recuperación del 2020 al 2021 ha sido también importante.

El perfil del turista ha ido variando a lo largo de los años, sin embargo, el perfil del turista de 2021 se parece mucho más al del 2019, que al de 2020. Todo esto seguramente debido a la situación que se estaba viviendo. La mayoría de los turistas viajan a la comunidad para hacer un recorrido entre provincias o por hacer un viaje de fin de semana.

El análisis de la oferta y la demanda han dado una reflexión sobre cómo se prevé que se realice el turismo en el futuro. La tendencia que se desarrolla es la dirección del turismo hacia un nuevo modelo de desarrollo sostenible. Este modelo es aquel que tiene en cuenta el bienestar y el avance mediante tres puntos de vista, que son la economía, la ecología y la sociedad.

Con este modelo se desarrollan nuevos tipos de turismo, basados en la especialización. Estos nuevos tipos son subtipos de los modelos de turismo más “clásicos” como son el cultural, el de naturaleza, el enogastronómico... Tipos de turismo mucho más conscientes del impacto que pueden llegar a tener en los turistas y que pueden hacer de un viaje una experiencia propia para el cliente como son el ecoturismo, el micoturismo, el turismo ornitológico, el astroturismo...

El turismo se ha convertido en una necesidad para la sociedad. Conocer, experimentar, disfrutar, descubrir, immortalizar, desconectar, son verbos que describen lo que un turista busca en un viaje. Pero hay que ser conscientes del impacto que genera el turismo para la sociedad y para el medio ambiente, por lo que hay que dirigirlo hacia el nuevo modelo de desarrollo sostenible.

La pandemia mundial provocada por el Covid, como ya hemos visto, ha afectado negativamente al turismo de Castilla y León, debe plantearse para ser vista como una oportunidad para enfocar el turismo hacia el nuevo modelo de desarrollo sostenible. Consiguiendo que este sea más accesible, inclusivo y responsable.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACCIONA (2021) *¿Qué es el Desarrollo Sostenible y los Objetivos Globales?*

[https://www.acciona.com/es/desarrollo-sostenible/?\\_adin=02021864894](https://www.acciona.com/es/desarrollo-sostenible/?_adin=02021864894)

Castilla y León Económica (2019) *El número de turistas de Castilla y León se eleva casi un 3% en el primer cuatrimestre de 2019 hasta superar los 2,24 millones.*

<https://www.castillayleoneconomica.es/el-numero-de-turistas-de-castilla-y-leon-se-eleva-casi-un-3-en-el-primer-cuatrimestre-de-2019/>

EUMED (2020). *Turismo sostenible: un nuevo modelo de desarrollo.*

<https://www.eumed.net/actas/19/turismo/13-turismo-sostenible-un-modelo-de-desarrollo-necesario.pdf>

Hosteltur (2020, a). *El turismo aumentó su aportación al PIB en 2019 hasta el 12,4%.*

[https://www.hosteltur.com/141109\\_el-turismo-aumento-su-aportacion-al-pib-en-2019-hasta-el-124.html#:~:text=en%20el%20empleo.-,El%20peso%20del%20PIB%20asociado%20al%20sector%2C%20medido%20a%20trav%C3%A9s,fuerza%20de%20trabajo%20de%20Espa%C3%B1a](https://www.hosteltur.com/141109_el-turismo-aumento-su-aportacion-al-pib-en-2019-hasta-el-124.html#:~:text=en%20el%20empleo.-,El%20peso%20del%20PIB%20asociado%20al%20sector%2C%20medido%20a%20trav%C3%A9s,fuerza%20de%20trabajo%20de%20Espa%C3%B1a)

Hosteltur (2020, b). *Empleo turístico: 93.850 personas más en 2019, pero crece la tasa de paro.*

[https://www.hosteltur.com/134378\\_empleo-turistico-93850-personas-mas-en-2019-pero-crece-la-tasa-de-paro.html](https://www.hosteltur.com/134378_empleo-turistico-93850-personas-mas-en-2019-pero-crece-la-tasa-de-paro.html)

La Gaceta de Salamanca (2020). *Castilla y León, destino preferido en turismo rural en 2019.*

<https://www.lagacetadesalamanca.es/castilla-y-leon/castilla-y-leon-destino-preferido-en-turismo-rural-en-2019-CA2174646>

Statista (2021). *Impacto del coronavirus en el turismo en España – Datos estadísticos.*

[https://es.statista.com/temas/6510/impacto-del-coronavirus-en-el-sector-turistico-en-espana/#dossierContents\\_outerWrapper](https://es.statista.com/temas/6510/impacto-del-coronavirus-en-el-sector-turistico-en-espana/#dossierContents_outerWrapper)

UNWTO (2020). *OMT | Organización Mundial del Turismo Agencia especializada de la ONU.*

<https://www.unwto.org/es>

UNWTO (2020). *El peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas*

*internacionales.* [https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales#:~:text=article%20on%20facebook-2020%3A%20el%20peor%20a%C3%B1o%20de%20la%20historia%20del%20turismo%2C%20con,millones%20menos%20de%20llegadas%20internacionales&text=El%20turismo%20mundial%20registr%C3%B3%20su,Mundial%20del%20Turismo%20\(OMT\).](https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales#:~:text=article%20on%20facebook-2020%3A%20el%20peor%20a%C3%B1o%20de%20la%20historia%20del%20turismo%2C%20con,millones%20menos%20de%20llegadas%20internacionales&text=El%20turismo%20mundial%20registr%C3%B3%20su,Mundial%20del%20Turismo%20(OMT).)

Viajes de Primera (2021). *Qué son Las Edades del Hombre.*

<https://www.viajesdeprimera.com/espana/castilla-y-leon-espana/que-son-las-edades-del-hombre/25502>

## **ANEXOS**

- Anexo 1: Folleto de promoción de Castilla y León: Vive Castilla y León. <https://www.turismocastillayleon.com/es/servicios/publicaciones/catalogo-general-informacion-turistica-vive-castilla-leon.ficheros/192088-Vive%20Castilla%20y%20Le%C3%B3n.pdf>
- Anexo 2: Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León del 2019. <https://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/estudios-estadisticas/boletin-coyuntura-turistica>
- Anexo 3: Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León del 2020: <https://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/estudios-estadisticas/boletin-coyuntura-turistica>
- Anexo 4: Boletín de Coyuntura turística de Castilla y León del 2021: <https://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/estudios-estadisticas/boletin-coyuntura-turistica>