



universidad  
de león  
Facultad de Ciencias  
Económicas y Empresariales

Facultad de Ciencias Económicas y  
Empresariales Universidad de León

Grado en MARKETING E INVESTIGACION DE MERCADOS  
Curso 2019/2020

SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN DEL  
TURISMO RURAL EN CASTILLA Y LEÓN (2010-  
2020). PANDEMIA DEL COVID-19 E IMPACTO  
EN EL SECTOR

CURRENT SITUATION AND EVOLUTION OF  
RURAL TOURISM IN CASTILLA Y LEON (2010-  
2020). COVID-19 PANDEMIC AND IMPACT ON  
THE SECTOR

Realizado por la Alumna Andrea Rodríguez Díez

Tutelado por el Profesor D. Ramón Álvarez Esteban

León, Septiembre de 2020

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE FIGURAS .....	4
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	5
ÍNDICE DE CUADROS .....	6
ÍNDICE DE TABLAS .....	6
RESUMEN .....	7
PALABRAS CLAVE .....	7
ABSTRACT .....	7
KEYWORDS .....	7
1. INTRODUCCIÓN .....	8
2. OBJETIVO DEL TRABAJO .....	12
3. METODOLOGÍA .....	13
3.1. FUENTES DE INFORMACIÓN .....	13
3.2. EXTRACCIÓN DE DATOS .....	14
3.3. CARACTERIZACIÓN DE LA BASE DE DATOS .....	14
3.4. TIPOS DE ANÁLISIS .....	15
4. REALIDAD DEL TURISMO EN PLENA CRISIS SANITARIA COVID19 .....	17
4.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO RURAL EN CASTILLA Y LEÓN. COVID-19 .....	20
4.2. DEBILIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES .....	20
5. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA .....	28
6. ANÁLISIS DEL TURISMO RURAL EN CASTILLA Y LEÓN .....	33
6.1. ANÁLISIS CUANTITATIVO POR PROVINCIAS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA OFERTA .....	36
6.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	47
7. ANÁLISIS GEOESTADÍSTICO .....	51
7.1. ESTUDIO EXPLORATORIO DE LOS DATOS .....	52
7.2. ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LOS DATOS .....	52

7.3. MÉTODO DE INTERPOLACIÓN GEOESTADÍSTICA .....	56
8. CONCLUSIONES.....	63
9. REFERENCIAS .....	65
ANEXOS.....	71

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 4.1.:</b> Calidad turística vs. Turismo seguro.....	18
<b>Figura 4.2.:</b> Matriz DAFO.....	21
<b>Figura 6.1.:</b> Mapa alojamientos Castilla y León 2010.....	41
<b>Figura 6.2.:</b> Mapa alojamientos Castilla y León 2015.....	42
<b>Figura 6.3.:</b> Mapa alojamientos Castilla y León 2019.....	42
<b>Figura 6.4.:</b> Mapa plazas Castilla y León 2010.....	46
<b>Figura 6.5.:</b> Mapa plazas Castilla y León 2015.....	46
<b>Figura 6.6.:</b> Mapa plazas Castilla y León 2019.....	47
<b>Figura 7.1.:</b> Contorno Castilla y León.....	53
<b>Figura 7.2.:</b> Número de plazas por provincia. Castilla y León.....	54
<b>Figura 7.3.:</b> Mapa de puntos Castilla y León.....	55
<b>Figura 7.4.:</b> Mapa de burbujas Castilla y León.....	55
<b>Figura 7.5.:</b> Mapa de zonas calientes 1. Castilla y León.....	58
<b>Figura 7.6.:</b> Mapa de zonas calientes 2. Castilla y León.....	58
<b>Figura 7.7.:</b> Mapa de zonas calientes 3. Castilla y León.....	59
<b>Figura 0.8.:</b> Mapa de zonas calientes 4 y número de plazas 1. Castilla y León.....	59
<b>Figura 7.9.:</b> Mapa de zonas calientes 5 y número de plazas 2. Resultado final. Castilla y León.....	60

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 5.1.:</b> Número de turistas internacionales que visitaron España en 2019. Por país de residencia.....	29
<b>Gráfico 5.1.:</b> Alojamientos Turismo Rural. Total Nacional. Número de establecimientos abiertos estimados.....	30
<b>Gráfico 5.2.:</b> Alojamientos Turismo Rural. Total Nacional. Número de establecimientos abiertos estimados.....	31
<b>Gráfico 6.1.:</b> Oferta. Número de establecimientos y número de plazas en Castilla y León.....	33
<b>Gráfico 6.2.:</b> Demanda. Número de viajeros (españoles y extranjeros). Número de pernoctaciones (españoles y extranjeros). Castilla y León.....	34
<b>Gráfico 6.3.:</b> Demanda. Número de viajeros (españoles y extranjeros). Número de pernoctaciones (españoles y extranjeros). Castilla y León.....	35
<b>Gráfico 6.4.:</b> Oferta. Número establecimientos. Número de Plazas. Castilla y León.....	35
<b>Gráfico 6.5.:</b> Evolución número de alojamientos *100.000 habitantes. Castilla y León.....	39
<b>Gráfico 6.6.:</b> Dendrograma alojamientos. Castilla y León.....	40
<b>Gráfico 6.7.:</b> Evolución número de plazas en alojamientos *100.000 habitantes. Castilla y León.....	44
<b>Gráfico 6.8.:</b> Dendrograma plazas. Castilla y León.....	45
<b>Gráfico 6.9.:</b> Número viajeros. Castilla y León.....	48
<b>Gráfico 6.10.:</b> Número de pernoctaciones. Castilla y León.....	49
<b>Gráfica 7.1.:</b> Gráficas kriging y variograma.....	57

## **ÍNDICE DE CUADROS**

**Cuadro 4.1.:** Matriz DAFO.....26

## **ÍNDICE DE TABLAS**

**Tabla 5.1.:** Turismo mundial en 2019.....28

**Tabla 6.1.:** Evolución número de alojamientos \*100.000 habitantes. Castilla y León...38

**Tabla 6.2.:** Evolución número de plazas en alojamientos \*100.000 habitantes.....43

## **RESUMEN**

El presente trabajo tiene como objetivo principal el análisis de la situación actual del turismo rural en Castilla y León. Las primeras experiencias referentes al disfrute de este sector se centran exclusivamente en el alojamiento. Con el paso del tiempo y a medida que se va desarrollando el turismo rural, aparecen nuevas actividades complementarias relacionadas con la naturaleza y la promoción cultural que mejoran la experiencia del viajero rural. Es lo que se conoce como una diversificación del producto ofertado, lo cual favorece el crecimiento del sector.

Este fenómeno es objeto de estudio para este proyecto, en el que se analizará la evolución del sector en la región de Castilla y León, además de realizar un análisis estratégico de la actualidad del mismo. Así mismo se hablará de la crisis pandémica mundial del Coronavirus que está azotando en la actualidad del 2020 a todo el mundo.

## **PALABRAS CLAVE**

Turismo Rural, Desarrollo Rural, Análisis Estratégico, Mapa de densidad, Geoestadística, Crisis Sanitaria Coronavirus.

## **ABSTRACT**

The main objective of this project is the analysis of the current situation of rural tourism in Castilla y León. The first experiences regarding the enjoyment of this sector focus exclusively on accommodation. Over time and as rural tourism develops, new complementary activities appear related to nature and cultural promotion that improve the experience of the rural travellers. This is a diversification of the product, which favours the growth of the sector.

The object of study of this project is this phenomenon, in which the evolution in Castilla y León's sector will be analysed, in addition to carry out a strategic analysis of the current situation. Moreover, this will talk to global Coronavirus pandemic crisis that is destroying the 2020 society around the world.

## **KEYWORDS**

Rural Tourism, Rural Development, Strategic Analysis, Density Map, Geostatistics, Coronavirus Health Crisis

## **1. INTRODUCCIÓN**

El turismo rural es un producto cada vez más consolidado en España y ha conseguido extender su promoción por todas las comunidades autónomas del país. Su desarrollo ha facilitado una diversificación de la oferta del sector turístico, así como la estimulación de las economías principalmente de las regiones de interior. Este tipo de turismo apuesta por la calidad, el entorno natural y la desconexión del ajetreo del día a día, como sus principales elementos distintivos.

Hoy en día, los alojamientos de turismo rural son unos sólidos competidores de otro tipo de establecimientos, además de ser un potente rival del atractivo turístico de verano en España por excelencia, el sol y playa. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el número de viajeros que han decidido utilizar alojamientos de turismo rural en 2019 en el mes de agosto (654.473), ha aumentado un 5,91% con respecto al año anterior (617.971) y en el mes de julio un 7,94% (519.997 viajeros en 2019, 481.751 viajeros en 2018). (Instituto Nacional de Estadística, 2019)

Con estos datos, no cabe duda que cada vez más personas eligen el turismo rural para pasar sus vacaciones, dejándose seducir por su tradición cultural, gastronómica, la naturaleza de la zona y la desconexión que estos destinos proporcionan. Este aumento del interés por el bienestar personal, muestra una clara oportunidad para los destinos españoles que apuesten por actividades “wellness” (bienestar) potenciadoras del turismo, muy ligadas a entornos rurales.

Cabe destacar que la actual crisis sanitaria mundial por brote de enfermedad por Coronavirus en el 2020<sup>1</sup>, está creando en la población sentimientos de incertidumbre y preocupación. Esta crisis no solo tendrá consecuencias en la salud de las personas, sino también en la economía mundial.

El Gobierno de España decretó el estado de alarma, lo que desencadenó que el día 15 de marzo de 2020, entraran en vigor unas medidas de confinamiento total que paralizaron casi por completo la actividad económica de país. Este mecanismo, previsto en el artículo

---

<sup>1</sup> El Covid-19 fue notificado por primera vez en la ciudad de Wuhan, China, en el mes de diciembre de 2019. Había aparecido una nueva enfermedad desconocida. Meses después se extendió por todo el mundo contagiando a la población y causando numerosas muertes.



116 de la Constitución, se aplica con el fin de garantizar la protección de la salud de los ciudadanos, la contención de la enfermedad y el refuerzo del sistema de salud pública.

En lo referente al turismo, con la entrada en vigor de la Orden SND/257/2020, el 26 de marzo de 2020 se ha detenido toda actividad y se ha suspendido la apertura al público de todos los alojamientos turísticos. (Orden SND/257/2020, de 19 de marzo)

El sábado 23 de mayo de 2020, el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, anunció la reapertura progresiva de la actividad turística, dando así el pistoletazo de salida a la campaña vacacional del verano. Según el Instituto Nacional de Estadística, las pernoctaciones en alojamientos de turismo rural tienen un descenso anual del 73,5% en el mes de junio de 2020. (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

El día 21 de junio y de acuerdo al Real Decreto 555/2020 finaliza el estado de alarma para toda actividad económica, permitiéndose también la movilidad de la población española por todo el territorio nacional. (Art. 3, RD 555/2020, de 5 de junio)

Es muy complicado hacer previsiones de lo que sucederá en un futuro en el sector del turismo rural, pero lo que es cierto es que el futuro a corto plazo se plantea muy diferente.

El presente trabajo se centrará principalmente en analizar y conocer el turismo rural de Castilla y León, una de las regiones españolas con mayor extensión y con una baja densidad de población (2,405 millones de habitantes en 2019) en comparación con otras regiones del país, lo que supone un atractivo especial para el turismo de naturaleza.

En la actualidad, Castilla y León es uno de los destinos preferidos por parte de los viajeros para realizar turismo rural. Según el Instituto Nacional de Estadística, el 14,21% del total de las pernoctaciones en el mes de agosto de 2019, compete a esta comunidad autónoma. Dicho porcentaje corresponde a 338.939 noches de hospedaje, que a su vez se dividen en 310.396 noches por parte de turistas nacionales y 28.542 de turistas extranjeros. Por tanto, se observa un claro consumo del turismo natural por parte del viajero español y escasa presencia del viajero extranjero. (Instituto Nacional de Estadística, 2019)

El patrimonio arquitectónico y cultural, la historia, las tradiciones, la Semana Santa, la riqueza gastronómica y vitivinícola, la tradición universitaria y los restos arqueológicos son algunos de los atractivos turísticos por los que la Comunidad de Castilla y León es considerada uno de los principales destinos turísticos para los viajeros.

El turismo rural es considerado un sector de actividad que genera riqueza a la región, además de favorecer el mantenimiento de la población en el entorno rural. Es por esto que es necesario conocer su entorno actual y su evolución a lo largo de los años para crear ventajas competitivas basadas en la sostenibilidad y en la responsabilidad, además de promover dichos destinos para así, favorecer la elección de estos lugares para las vacaciones.

Este sector busca una permanente calidad en el servicio ofrecido. Esto se logra gracias a una integración de diversos factores tales como, la existencia de una oferta turística adecuada a las necesidades y motivaciones de los viajeros, buenos equipamientos y servicios de apoyo a la actividad, la búsqueda de la satisfacción de las experiencias, los recursos que posee cada región, además de buscar el bienestar para el visitante y por supuesto para la población local.

Es importante hacer hincapié en la crisis del 2020 del Covid19 que inquieta a la sociedad en estos momentos. Según cifras del Instituto Nacional de Estadística, las pernoctaciones en junio de 2020 en establecimientos rurales en Castilla y León han descendido un 83,53% en relación al mismo periodo del año 2019, desplomándose a su vez el número de viajeros un 87,15%. (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

El motivo por el cual se ha elegido el sector del turismo rural para la realización del trabajo de fin de grado es la importancia que supone para la generación de riqueza en España. En este país existen muchas regiones alejadas de los grandes flujos turísticos de la costa y las grandes ciudades y el auge de estas zonas de interior gracias a este sector, han conseguido evitar el empobrecimiento y la despoblación de las áreas rurales. Así mismo, resulta interesante estudiar esta área de actividad económica y las consecuencias derivadas de la crisis sanitaria, así como su capacidad de reinversión.

En definitiva, gracias a este fenómeno muchas zonas están recuperando sus diversas tradiciones además de favoreciendo la economía y los nuevos horizontes comerciales. Sin embargo, las posibilidades de crecimiento todavía son muy amplias, lo que genera gran interés para este proyecto.

El siguiente trabajo va a estar estructurado en dos partes diferenciadas por la metodología usada en cada una de ellas.

La primera parte está centrada en la contextualización de los inicios del turismo en España, además de un análisis exhaustivo de la evolución del mismo en la comunidad de Castilla y León. Se hablará de la crisis mundial por la pandemia del Covid19. También se estudiará de manera teórica el estado del turismo rural en la actualidad y se evaluarán nuevos horizontes.

En la segunda parte se realizarán análisis estadísticos, principalmente para conocer el estado del sector principalmente en la región de Castilla y León.

## **2. OBJETIVO DEL TRABAJO**

Después de hacer una breve introducción sobre el sector del turismo rural, exponer los motivos de la elección del tema y estructurar el mismo en dos partes diferenciadas (teórica y práctica), es hora de hablar de los objetivos establecidos sobre los que se asentarán las bases del proyecto.

El objetivo genérico sobre el que se va a basar el presente trabajo, es el del diagnóstico de la situación actual del sector del turismo rural de Castilla y León. Para ello hay establecidos una serie de subobjetivos que ayudarán a la hora de entender el desarrollo del mismo:

- Tener unas competencias básicas históricas sobre los inicios del turismo en España, así como la evolución del sector hasta el presente, como punto de partida del proyecto.
- Conocer el ritmo de crecimiento de la oferta en lo que respecta al turismo rural en Castilla y León de manera global y provincial, así como identificar los principales rasgos característicos de la demanda.
- Transmitir información visual del grueso del turismo rural en las regiones de Castilla y León mediante mapas de densidades.
- Ofrecer un diagnóstico del sector y obtener conclusiones sobre la forma en que el turismo rural es capaz de afrontar los cambios en su entorno, a partir de su situación interna, para poder tomar decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro.
- Analizar el futuro y hacer previsiones sobre el turismo rural y como será afectado por la actual crisis sanitaria mundial del Coronavirus.

### **3. METODOLOGÍA**

El presente trabajo se ha realizado con el objeto principal de conocer y entender la realidad actual y la evolución a lo largo del tiempo del sector del turismo rural en Castilla y León. Para ello se realizarán una serie de análisis estadísticos de datos recogidos en diversas fuentes de información oficiales.

Así mismo se pretende identificar los elementos estratégicos definidos de este sector y el estudio de una visión global española del turismo mediante una búsqueda de documentación para el marco teórico. Además, es importante conocer cómo afecta al sector la actual crisis sanitaria global de la Covid-19. Dicha información estará enfocada como una visión resumida del sector del turismo rural castellano leonés en la actualidad.

#### **3.1.FUENTES DE INFORMACIÓN**

Se ha realizado una búsqueda de información secundaria que aporta una documentación real sobre el turismo rural para fijar el marco teórico y desarrollar en la parte práctica los diferentes análisis estadísticos que se mencionarán a continuación. Dichas fuentes de información han sido principalmente libros, revistas, páginas webs especializadas y diversos estudios sobre el tema. Así mismo, se ha recurrido a la fuente de información primaria en esta primera fase, a la hora de elaborar análisis evolutivos y realizar análisis estadísticos de primera mano.

Para conocer la evolución del sector se han elaborado 2 bases de datos propias, una de ellas basada en los alojamientos por provincias y su evolución desde 2010 hasta 2019. La otra basada en el número de plazas por provincias, comprendiendo el mismo período de tiempo. Para la obtención de los datos se ha recurrido a la Junta de Castilla y León.

En la parte práctica se ha conseguido una base de datos (BBDD) de la Junta de Castilla y León, del 8 de abril de 2020, sobre los alojamientos turísticos rurales de la comunidad autónoma en función de sus provincias. Para la interpretación del análisis se ha utilizado información secundaria de libros, apuntes de la asignatura de estadística y estudios publicados sobre el tema.

### **3.2. EXTRACCIÓN DE DATOS**

La base de datos principal que se utilizará en el proyecto se ha obtenido de la página web oficial de la Junta de Castilla y León. Es una base de datos que está en constante actualización y en este caso se ha descargado el 8 de abril del 2020. Consta de una serie de variables e individuos que corresponden a diferentes alojamientos rurales que se pueden encontrar en cada provincia de Castilla y León. Algunas de las variables más significativas para el análisis estadístico geoespacial corresponden a las coordenadas geográficas de cada alojamiento. Estas últimas no estaban completas en la BBDD, por lo que se ha tenido que recurrir a Google maps para obtener la localización exacta. Con esta información conoceremos la estructura de la comunidad autónoma de Castilla y León sobre el turismo rural, cuáles son las provincias que desarrollan en mayor o menor medida esta actividad.

Esta BBDD ha sido descargada en formato Excel, por lo que ha tenido que ser tratada e importada al programa estadístico R para comenzar el análisis. (R Core Team, 2020)

Se dispone de un segundo fichero shapefile (shp) que contiene las provincias de Castilla y León, que se utilizará como base de apoyo para la BBDD mencionada.

Así mismo se ha obtenido información secundaria de fuentes oficiales, como el Instituto Nacional de Estadística entre otras, y se han descargado datos, para abordar temas de análisis y evolución del sector, tanto desde el punto de vista de la oferta, como de la demanda.

### **3.3. CARACTERIZACIÓN DE LA BASE DE DATOS**

La base de datos principal, sobre la que se va a realizar el análisis estadístico geoespacial, consta de 3772 individuos que corresponden a los diferentes alojamientos rurales situadas en los diferentes municipios de cada provincia de Castilla y León (cada individuo es un alojamiento).

A continuación, se incluirán las variables objeto de estudio para conocer la estructura de la base de datos:

- Tipo de alojamiento: casa rural, casa rural de alquiler, casa rural de alojamiento compartido, posada, hotel rural
- Dirección (del alojamiento)

- Provincia
- Número de plazas (del alojamiento)
- GPS Longitud (coordenadas)
- GPS Latitud (coordenadas).

### 3.4. TIPOS DE ANÁLISIS

A partir de la base de datos de alojamientos de turismo rural, se va a realizar un análisis geoespacial con el programa estadístico R. (R Core Team, 2020)

El objetivo del estudio es la realización de un mapa de densidad que muestre la estructura del sector en Castilla y León, en función de cuáles son las provincias que desarrollan en mayor o menor medida esta actividad, utilizando como individuo del estudio, los alojamientos y como principal variable, el número de plazas en cada uno de ellos. Para ello se ha utilizado diversos paquetes estadísticos dentro del programa que ayudarán a proporcionar una visualización espacial de los alojamientos y número de plazas. Dichos paquetes son (R Core Team, 2020):

- sp: librería utilizada para datos espaciales. Permite trazar mapas, seleccionar datos espaciales, recuperar coordenadas...
- rgdal: proporciona acceso a datos espaciales y operaciones de proyección para objetos vectoriales.
- ggspatial: es una versión de “ggplot” para mapas que permite añadir fondos, geometrías, anotaciones adicionales como norte, escalas...
- dplyr: forma ágil de manejar ficheros de datos, además de proporcionar una “gramática” para la manipulación y operaciones con data frames.
- foreign: lee y escribe datos almacenados en otros formatos, como pueden ser SAS, SPSS, Stata...
- RColorBrewer: seleccionar paletas de colores.
- sf: paquete que permite realizar operaciones de análisis espacial.
- tmap: genera mapas.
- ggplot2: paquete para la visualización de datos.
- automap: realiza una interpolación automática estimando el variograma.
- raster: permite manejar datos ráster.

Dentro del apartado evolutivo del sector del turismo natural en Castilla y León, se ha realizado un análisis clúster con el programa estadístico SPSS con el objetivo de facilitar la interpretación de los resultados. (IBM SPSS Statistics. Versión 25, 2017)

Además, se volverá a utilizar el programa R para realizar una serie de mapas de densidad con el fin de conocer la evolución de este sector lo largo de los años.

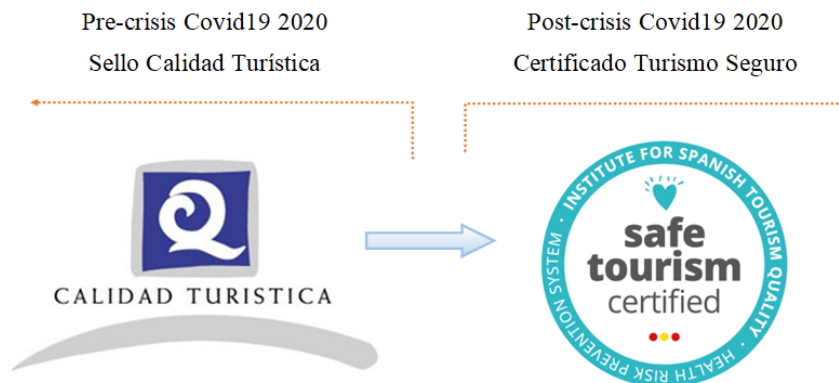


#### **4. REALIDAD DEL TURISMO EN PLENA CRISIS SANITARIA COVID19**

La Covid19 ha paralizado toda actividad turística en el mundo. Se desconoce lo que pasará en el futuro y cuánto tiempo ha de transcurrir hasta que se alcance la normalidad en este sector. Es fundamental estar preparados para poder recibir a los turistas y que Castilla y León sea un destino seguro para acogerles. Hay que repensar cómo volver a lanzar la oferta de turismo rural una vez que pase este periodo de crisis sanitaria mundial. Toca empezar de cero, cero turistas. A pesar de la gran presión por la supervivencia a la que se enfrentan las empresas del sector y sus profesionales en un entorno hostil, es importante estar preparado y no dejar ningún factor a la improvisación. El objetivo genérico postcrisis debe centrarse en la generación de nuevas ideas para tener una experiencia turística que garantice la seguridad de todos los viajeros.

El 23 de mayo de 2020 España se suma a la reapertura progresiva de la actividad turística, anunciando así el inicio de la campaña vacacional de verano después de casi 3 meses confinados. A su vez, el Gobierno de España, ha levantado la cuarentena el 1 de julio a los turistas extranjeros de la Unión Europea, pero mantendrá cerradas las fronteras exteriores a la UE.

El sector está poniendo en marcha protocolos para garantizar la seguridad y combatir el miedo a viajar, aunque aún son muchas las incertidumbres creadas al respecto. El sector del turismo se prepara para un verano atípico. Antes de la crisis sanitaria del Covid19, las empresas turísticas buscaban conseguir el sello de calidad “Q”, en la actualidad se esfuerzan para lograr el certificado de Turismo Seguro (Safe Tourism Certified), un distintivo que ha puesto en marcha el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) como marca de garantía de implantación del Sistema de Prevención de Riesgos para la Salud frente a la Covid19.

**Figura 4.3.:** Calidad turística vs. Turismo seguro

Fuente: Elaboración propia

Como se ha comentado, es fundamental eliminar el miedo a viajar de los turistas. Para ello es preciso la actuación de empresas y destinos favoreciendo la percepción de confianza al viajero, tan necesaria para la recuperación de la actividad del sector, que se prevé, sea un crecimiento progresivo más que un rebote rápido, principalmente desde el punto de vista del turismo internacional, debido a la prudencia de los destinos turísticos y sus controles de seguridad y de los países emisores de viajeros. (*Asociación española de expertos científicos en turismo, 2020*)

A su vez, hay que tener en cuenta posibles reacciones de miedo en localizaciones con una alta concentración de turistas, ya que según la agencia de investigación de mercados Global Web Index (GWI) en el estudio “Coronavirus Research”, el 77% de los españoles evitan los lugares con mucha afluencia de gente. Por consiguiente, un 59% de la población española evita el transporte público, por lo que es de esperar que el turismo de proximidad o turismo rural sea una buena alternativa para las vacaciones, realizando el mayor número de desplazamientos posibles en vehículos privados. (Global Web Index, 2020)

No cabe duda que el día que se encuentre una solución médica, como una vacuna, las reacciones de miedo disminuirán. Tras los atentados del 11 de septiembre de 2001, los viajes en avión descendieron a causa del recelo de los clientes a montar en este medio de transporte y aumentaron los controles de seguridad. Hoy en día es algo rutinario.

También podrían darse escenarios de rechazo social según la procedencia del turista, alteración de los periodos habituales de vacaciones, así como modificaciones en los servicios que ofrecen los establecimientos de alojamiento y restauración, como por

ejemplo los aforos limitados o los bufés de comida entre otros. (*Asociación española de expertos científicos en turismo, 2020*)

El turismo ha demostrado tener una gran capacidad de resiliencia, la crisis económica de 2008 fue un duro golpe para la economía española en general y para el sector turístico en particular, pero estamos ante un sector muy profesionalizado, cualificado y con grandes capacidades de reinversión.

Tras este duro acontecimiento global, es posible que la industria del turismo se replantee en su conjunto, para hacerla, más sostenible, más segura y consciente de los riesgos de la salud de la población, más responsable con el cambio climático y más inclusivo con las comunidades locales y el turismo rural.

Así mismo, los propietarios de los alojamientos de turismo rural confían en recibir a los futuros viajeros pronto, pues la tipología de sus alojamientos ofrece una mayor seguridad para las personas que las grandes infraestructuras hoteleras.

*“El turismo rural, ofrece lugares que las personas entienden como confort, seguridad, aire libre, naturaleza... Los entornos rurales están prácticamente a cero contagios y fallecidos, y la gente tiene muy claro que las grandes concentraciones son peligrosas. Será una inyección para la economía y una oportunidad para recuperar esos espacios de esa España vaciada aprovechando también las buenas comunicaciones que existen.” (Vallejo, S., 2020)*

Sin embargo, es importante tener cuidado y priorizar, el turismo seguro, hay que reevaluar continuamente la situación global sanitaria, pues la probabilidad de repuntes de coronavirus es posible.

Una vez analizada de manera genérica la realidad del turismo español en plena crisis sanitaria del Covid19, es el momento de centrarse en la realidad del sector del turismo rural en Castilla y León postcoronavirus mediante un análisis DAFO, además de proporcionar información de interés basada en ventajas o desventajas competitivas para combatir el periodo de crisis sanitaria y económica global al que se enfrenta el mundo.

#### **4.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO RURAL EN CASTILLA Y LEÓN. COVID-19**

El sector del turismo rural en Castilla y León ha tenido aterradores efectos a causa de la pandemia del Covid-19. En cuanto al número de viajeros se refiere, en julio de 2020 había 74.457 viajeros (españoles y extranjeros) en Castilla y León, frente a los 87.733 viajeros de julio de 2019. En el mes de julio de 2020 ha habido un total de 235.465 pernoctaciones, 27.498 más que en el mismo mes del año anterior. Como observamos ha descendido el número de viajeros y aumentado el de pernoctaciones. La estancia media ha pasado de estar en 2,37 días en julio de 2019 a 3,17 días en julio de 2020. Destacan Ávila, León y Segovia como las provincias con más viajeros y con más pernoctaciones en julio de 2020. (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

A pesar de todo esto, España y más concretamente Castilla y León, pueden presumir de un gran patrimonio cultural y arquitectónico, recursos naturales, historia, tradiciones y diversidad de actividades complementarias al turismo como pueden ser deportes, gastronomía entre otras cosas.

Las consecuencias de ello, son sin duda una pérdida de oportunidades e infrautilización de los recursos de la zona, necesarios en la actualidad para generar expectativas de futuro tras la pandemia global.

Todo este conjunto de acontecimientos, ponen de manifiesto una situación de debilidad del sector ante situaciones imprevistas, como la actual crisis sanitaria y económica del Covid19, aún con un futuro incierto y la crisis financiera de 2008 en la que el sector tuvo dificultades a la hora de superarla.

#### **4.2. DEBILIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES**

Mediante el análisis DAFO (iniciales de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) se conocerá y reflexionará sobre la realidad del sector del turismo rural en la Comunidad Autónoma de Castilla y León, en plena crisis sanitaria mundial. Este estudio ayudará a sugerir planes de actuación e identificar futuros escenarios postcoronavirus.

Este análisis DAFO se divide en dos partes, un análisis interno del sector, que incluye las variables de fortalezas y debilidades que originen ventajas o desventajas competitivas con respecto a otros puntos geográficos, problemas sanitarios y económicos. Un análisis

externo que incluye las amenazas que se deberían tener en cuenta para superarlas y las oportunidades que brinda el sector y que deberían ser aprovechadas para estimular la demanda futura.

**Figura 4.4.:** Matriz DAFO



Fuente: Elaboración propia

## ANÁLISIS INTERNO

### Debilidades:

1. Escasez de conexiones e interrelaciones entre transportes. Es cierto que para el turismo de proximidad hay buena conexión por carretera, pero teniendo en cuenta turistas que vienen de lugares más alejados y turistas internacionales el acceso a algunas localizaciones de la comarca es más complicado que en otras áreas del país con mejores conexiones. (Cánoves et al., 2012)
2. Falta de profesionalidad y formación existente en el sector por parte de los propietarios de los alojamientos. Esto es debido principalmente a la falta de tiempo, pues en muchas ocasiones es considerada una actividad complementaria a los ingresos principales del hogar, o al desconocimiento de no saber llevar la gestión del negocio como se requiere en la actualidad. Es muy importante el factor innovación, estar conectado y seguir las tendencias de tecnología, pues se deduce que tras la crisis del Covid19, el principal medio para encontrar clientes potenciales será internet, ya que será el medio de reserva de vacaciones más habitual y seguro para los turistas. (Cánoves et al., 2005)
3. Un problema muy presente en el desarrollo del turismo rural en general en nuestro país es, según ha indicado en una entrevista en 2014 para Hosteltur<sup>2</sup> (prensa

<sup>2</sup> [https://www.hosteltur.com/176930\\_turismo-rural-se-enfrenta-temporada-incierta.html](https://www.hosteltur.com/176930_turismo-rural-se-enfrenta-temporada-incierta.html)

especializada en Turismo) el presidente de la Asociación Española de Turismo Rural (Asetur), que el sector se enfrenta a un aumento considerable de la oferta de alojamientos ilegales, que compiten en igualdad de condiciones con los establecimientos que tienen todo según las condiciones establecidas por la ley. Teniendo en cuenta los serios problemas económicos actuales y que se agravarán tras la crisis sanitaria, hay que mostrar especial atención a este aspecto. La escasez de recursos de las personas y la falta de empleo, con consecuencias más profundas en las pequeñas zonas rurales, pueden derivar en la realización ilegal de este tipo de actividad. (Blázquez, 2014)

4. Desconocimiento por parte de la sociedad en general de la variedad de patrimonio cultural, gastronómico, deportivo y natural que puede ofrecer el área geográfica de Castilla y León.
5. Desaprovechamiento de los recursos que pueden ofrecer las tecnologías de la información y la comunicación como medio de promoción de las zonas rurales de Castilla y León.
6. Entrada en vigor de la Orden SND/257/2020, el día 26 de marzo de 2020. Se ha detenido toda actividad y se ha suspendido la apertura al público de todos los alojamientos turísticos debido a la crisis sanitaria del Coronavirus hasta el 23 de mayo, con una reapertura progresiva en las diferentes zonas del país, en la medida que el problema sanitario tenga mejoras significativas. (Orden SND/257/2020, de 19 de marzo)

**Fortalezas:**

1. Según el XI Barómetro del Turismo Rural en España, elaborado por Clubrural en el segundo semestre de 2019, la comunidad autónoma preferida del turismo rural es Castilla y León, con un 20.61% de alojamientos, un quinto del total de casas rurales de España. Esto se puede traducir en un alto grado de confianza de los turistas rurales que eligen esta zona para realizar sus viajes de ocio. La clave es mantener esta posición una vez termine este periodo de crisis sanitaria y económica mundial. (Clubrural, 2019)
2. Posibilidad de realizar actividades para potenciar el turismo rural durante todo el año. Esto se traduciría en una mengua de la estacionalidad. Castilla y León ofrece multitud de opciones de entretenimiento independientemente de la época del año en la que se viaje. Es una zona que nos ofrece alternativas al turismo de sol y

playa, lo que favorece la desestacionalización. Además, su multitud de zonas rurales ofrecen baja densidad de población, poca o nula masificación, amplitud de espacio, seguridad, aire libre, desconexión, factores muy necesarios en la actualidad. Es un buen momento para replantearse un nuevo escenario, donde comunicar y comercializar mejor los beneficios que aporta este sector. (Junta de Castilla y León, 2019)

3. El espacio rural oferta diversidad de actividades complementarias como atractivos naturales, gastronómicos, culturales y deportivos entre otros. De esta manera los visitantes son partícipes y disfrutan de todas estas costumbres rurales. Algunos de estos lugares son el Parque natural del Lago de Sanabria en Zamora, el desfiladero de los Calderones en León, capital gastronómica 2018 León, La Alberca en Salamanca entre otros puntos de interés.
4. Desarrollo del medio rural. Ofrece puestos directos e indirectos de empleo, así como beneficios para empresas y localidades antes de la crisis del coronavirus. Esto favorece la mejora de la calidad de vida de las comunidades no urbanas, así como sus habitantes. Es una fortaleza que hay que mantener post-crisis.
5. Una de las conclusiones que se pueden extraer, es que los turistas reaccionan con miedo a los lugares de masas, por lo que actualmente y en plena pandemia del coronavirus, el transporte privado es la mejor opción para los viajeros de proximidad, por lo que es necesario una buena red de conexiones por carretera como la que se dispone en España, especialmente en las zonas rurales donde no se dispone de una alta red de transportes públicos, a excepción del autobús.

## ANALISIS EXTERNO

### **Amenazas:**

1. La evidente desaceleración de la economía española para los próximos tiempos debido a la crisis sanitaria, requiere de un mayor pensamiento estratégico y un mayor esfuerzo por la consolidación de la marca turística de Castilla y León. Así como la necesidad de una oferta más amplia de información sobre la actividad turística de la comunidad. (Rodríguez Del Bosque, I.A.,1997)
2. Existen otras zonas turísticas competidoras de Castilla y León por el producto y las características que ofrecen. Hay que ser capaces de atraer al cliente potencial

que se busca en la comunidad ofreciendo un catálogo de servicios más completo y diversificado.

3. A menudo no se hace caso al impacto ambiental y social de los desarrollos turísticos, lo que puede producir un deterioro del entorno rural. Un ejemplo claro se puede ver en la masificación en algunos entornos turísticos, pues pueden hacer perder la esencia y calidad del entorno en sí mismo.
4. La crisis sanitaria mundial del Coronavirus puede desarrollar una crisis de confianza por parte de los consumidores del mundo. Esto sería fatal para el desarrollo turístico de cualquier zona.

### **Oportunidades:**

1. Generar conocimiento en el sector mediante una oferta sólida en internet. Construcción de catálogos de producto para fidelizar potenciales clientes y consolidar el público habitual. Definir estrategias de comunicación online, personalizar ofertas, reforzar imágenes de destinos minoritarios entre otras tácticas.
2. En el periodo de confinamiento, el 67% de las personas ha pasado más tiempo utilizando su teléfono móvil, datos revelados en el informe de la agencia de investigación de mercados Global Web Index (GWI) en el estudio “Coronavirus Research”. En consecuencia, para las empresas y los destinos turísticos el canal móvil gana mucha importancia. La digitalización se ha acelerado y es por este canal donde resultará más fácil encontrar potenciales clientes, fijando una mayor atención a las redes sociales. (Global Web Index, 2020)
3. Aprovechar la concienciación social actual e interiorizar el respeto al medio ambiente para conseguir unos conceptos de turismo verdaderamente sostenibles. Hasta el momento, la situación de crecimiento del sector era descontrolada, alcanzando conflictos sociales y medioambientales importantes. En definitiva, conseguir avanzar en la asunción de compromisos por la sostenibilidad en el territorio. Esto se traduce en que es necesario encontrar las herramientas favorables para conseguir un alto nivel de competitividad y sostenibilidad y encontrar el equilibrio entre ambos para conseguir una excelente experiencia turística. Algunas prácticas beneficiosas en este sentido serían medidas que ayuden a mitigar los efectos del cambio climático, asumir mejores prácticas medioambientales, pequeñas actuaciones en lo cotidiano, entre otras. En



definitiva, mejorar la calidad de vida en el medio rural. (Secretaría General de Turismo, 2007)

4. Generar un valor añadido a los servicios turísticos, revalorizar los atributos intangibles y emocionales. Buscar siempre la satisfacción del cliente y una eficiencia del servicio premiando siempre la calidad experiencial y la seguridad.
5. Tras los efectos del Covid19, Castilla y León debe apostar por el desarrollo rural para intentar mitigar futuros problemas asociados, afirmó el Consejero de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Jesús Julio Carnero. (Carnero, 2020)

A continuación, se muestra una tabla resumen de la matriz DAFO explicada anteriormente:

**Cuadro 4.1.:** Matriz DAFO

<b>MATRIZ DAFO</b>	
<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasez de conexiones e interrelaciones entre transportes</li> <li>• Falta de profesionalidad y formación</li> <li>• Aumento de la oferta de alojamientos ilegales</li> <li>• Desconocimiento generalizado de la variedad de patrimonio cultural, natural, gastronómico y deportivo que dispone la comunidad</li> <li>• Desaprovechamiento de las TIC'S como medio de promoción</li> <li>• Suspensión de la actividad debido a la crisis sanitaria del Covid19</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esfuerzo por la consolidación de la marca turística de Castilla y León</li> <li>• Zonas turísticas competidoras directas</li> <li>• Impacto ambiental y social de los desarrollos turísticos</li> <li>• Crisis de confianza tras la crisis sanitaria</li> </ul>
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunidad autónoma preferida del turismo rural según el Barómetro de Turismo Rural en España de Clubrural.</li> <li>• Potenciar el turismo rural durante todo el año</li> <li>• Ofertar actividades complementarias como atractivos naturales, gastronómicos, culturales...</li> <li>• Desarrollo del medio rural e incremento del empleo</li> <li>• Red de conexiones por carretera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar conocimiento en el sector en internet</li> <li>• Invertir en el canal móvil</li> <li>• Compromisos de sostenibilidad en el territorio</li> <li>• Generar un valor añadido buscando la calidad experiencial</li> <li>• Apostar por el desarrollo rural tras los efectos del Coronavirus</li> </ul>

Elaboración propia

Como conclusión, podemos decir que las previsiones sobre cuál será el escenario tras la crisis es incierto, es un momento de incertidumbre con una escasa disposición de información. Algunas de las consecuencias directas de este periodo será la pérdida de poder adquisitivo y las restricciones en cuanto al consumo, además de todo lo que ello conlleva.

El turismo va a ser uno de los sectores más afectados, además de por el parón completo de la actividad, le espera un futuro a corto y medio plazo muy incierto y posiblemente con nuevas pautas de comportamiento de la población debido a la crisis sanitaria. Hay que sumar una importante pérdida de temporada, como la Semana Santa y la primavera, las consecuencias de la pérdida de poder adquisitivo de las familias, el sentimiento de miedo a viajar por la nueva enfermedad del Covid19, restricciones de los aforos y el posible rechazo de la población local a presencia de turistas. (*Asociación española de expertos científicos en turismo, 2020*)

Ante este escenario general, el turismo rural tiene unas posibilidades de remontada que se pueden convertir en una ventaja competitiva y en una oportunidad para salir reforzados de la actual crisis mundial. Algunas de las razones son la imagen que transmite de un turismo natural, al aire libre, sostenible, más asociado a los beneficios para la salud de la población. Es un turismo no masificado localizado en espacios con poca densidad de población. Asociado a su vez a un turismo más de proximidad, con buenas comunicaciones por carreteras, donde se puede acceder con el vehículo privado, más seguro en cuestiones sanitarias en cuanto a los contagios por Covid19. (*Asociación española de expertos científicos en turismo, 2020*)

Sin embargo, no cabe duda que los momentos de crisis son una oportunidad para avanzar. Más allá de los problemas que se presentan en un futuro incierto, hay que explorar nuevos caminos, innovar y definir nuevos paradigmas.

## 5. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA

Según las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2019 ha habido un aumento del 4% en la actividad turística con respecto al año anterior. Esto supone que se han registrado 1.500 millones de turistas internacionales en el mundo en 2019. Se reconocen unas increíbles tasas de crecimiento de hasta el 70% en los últimos 10 años. Este asombroso incremento se debe a factores como pueden ser el surgimiento de las compañías aéreas de bajo coste, el fenómeno de internet y los nuevos canales de comunicación y venta, una mayor oferta de destinos y nuevas fórmulas de alojamiento y transporte entre otras. (Organización Mundial del Turismo, 2020)

La Organización Mundial del Turismo afirma que el turismo supone el 10,4% del Producto Interior Bruto (PIB) mundial, confirmando así que el sector turístico no ha parado de crecer en los últimos años, enfrentándose incluso a inconvenientes como son la desaceleración económica, el Brexit, la guerra comercial entre Estados Unidos y China. Ahora en el 2020, la actual crisis sanitaria mundial del coronavirus ha supuesto un parón de la economía mundial y, por consiguiente, también en la industria del turismo. (Organización Mundial del Turismo, 2020)

A continuación, se muestra una tabla resumen con los resultados del turismo mundial en el 2019, en función del número de llegadas internacionales de turistas a la región y del porcentaje del total del turismo mundial que representa.

**Tabla 5.1.:** Turismo mundial en 2019

<b>REGIÓN</b>	<b>% DEL TOTAL</b>	<b>NÚMERO DE LLEGADAS</b>
<b>AMÉRICAS</b>	15%	220 millones
<b>EUROPA</b>	51%	742 millones
<b>AFRICA</b>	5%	71 millones
<b>ORIENTE MEDIO</b>	4%	64 millones
<b>ASIA Y PACÍFICO</b>	25%	364 millones

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Organización Mundial del Turismo, 2020

En lo referente al turismo global español, representa el sector número 1 de la economía ya que supone el 14,6% del PIB de España, por encima de otros sectores como la construcción (14%), el comercio (12%) o la sanidad (12%), según menciona la Organización Mundial del Turismo. (Organización Mundial del Turismo, 2020)

El año 2019 se cerró con 83,8 millones de turistas que visitaron la región, un 1,1% más que el año anterior, confirman datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística. (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

A continuación, hay un gráfico en la que se observa el número de turistas internacionales que visitaron España en 2019, por país de residencia (en miles):

**Gráfico 5.1.:** Número de turistas internacionales que visitaron España en 2019. Por país de residencia



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Statista (Statista, 2020)

Antes de comenzar con el objetivo principal del proyecto, hacer un diagnóstico actual del turismo en espacio rurales en Castilla y León, resulta interesante preguntarse cuándo surge el fenómeno del turismo rural en España y qué factores han sido los desencadenantes del mismo.

El turismo rural en España toma fuerza en los años 80, resultado de una estrategia de supervivencia, donde lo que buscaban las familias era obtener unas rentas complementarias a la agricultura. A partir de los años 90, comienza a ser un medio para el desarrollo de las zonas rurales. (Cánoves et al., 2004,112-115)

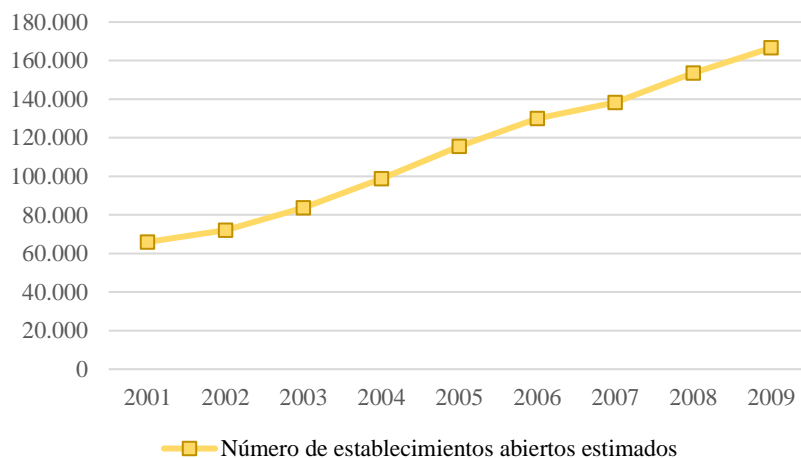
Desde ese momento, el turismo rural se extiende rápidamente, tanto por el número de agricultores que ofrecen sus viviendas para el alojamiento, como para los nuevos turistas rurales.

Podemos hablar de una serie de factores clave que han impulsado el crecimiento de este tipo de turismo en España, entre los que destacamos (Cánoves et al., 2004, 42-48):

1. Freno del despoblamiento de las zonas rurales: en este caso el turismo rural funciona de salvavidas, para ello se fomentan las actividades innovadoras y se apoya el desarrollo de las zonas geográficas. También es fundamental conservar el patrimonio familiar y equilibrar la disminución de las rentas de la agricultura.
2. Protección medioambiental de los espacios rurales. Como contraposición a los efectos negativos de las grandes masas de turismo.

Para favorecer el desarrollo del turismo rural en la sociedad, entre los años ochenta y noventa, se crea una normativa autonómica con el fin de regular este sector y las condiciones de los alojamientos. Al mismo tiempo se observa un crecimiento generalizado del turismo rural en España, como podemos ver en la siguiente gráfica. No obstante, no ha sido hasta el 2008 a través de la Asociación Española de Casas Rurales (ASETUR), que se ha comenzado a elaborar un plan a nivel nacional para homogeneizar e identificar el producto rural, además de ofrecer una comunicación de la oferta del mismo clara. (Cánoves et al., 2012, 13-17)

**Gráfico 5.3.:** Alojamientos Turismo Rural. Total Nacional. Número de establecimientos abiertos estimados

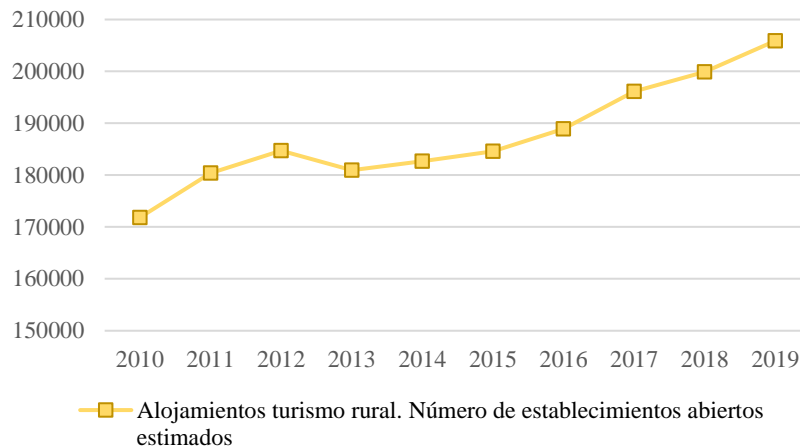


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la “Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural” (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

A continuación, se mostrará una gráfica que ofrece datos del Instituto Nacional de Estadística, donde se estudia desde el punto de vista de la oferta, el número de establecimientos abiertos estimados del total nacional. Se destaca un crecimiento significativo desde el inicio en 2010 hasta 2019. El año 2013 es una excepción, pues se observa un ligero descenso. Esto es debido a la divergencia de criterios en la normativa

de ámbito nacional referente al turismo rural, pues aún en este periodo de tiempo seguía siendo imperfecta. Esto a su vez se deriva a los problemas de la crisis económica mundial de 2008 y a la falta de presupuesto para abordar cuestiones como las señaladas. (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

**Gráfico 5.4.:** Alojamientos Turismo Rural. Total Nacional. Número de establecimientos abiertos estimados



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la “Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural” (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

Como se ha comentado en el apartado de la introducción, este 2020 no es un buen año ni para la sanidad, ni para la economía de este país. Debido a la crisis sanitaria mundial del Covid19, España tendrá importantes repercusiones negativas en todos los ámbitos de la sociedad. El 26 de marzo de 2020 se ha suspendido la apertura al público de todos los establecimientos de turismo rural, lo cual ha supuesto un descenso de las pernoctaciones en los mismos de un 76% en el mes de marzo de 2020, además de una tasa de ocupación del 6,3% de las plazas, reduciéndose en un 50,5% con respecto a marzo de 2019, según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística. (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

Esta complicada situación hace muy difícil hacer previsiones futuras y no ha sido hasta el 21 de junio de 2020, que ha finalizado el estado de alarma, permitiéndose la movilidad de la población española por todo el país.

Dejando por un momento a un lado la crisis sanitaria, es importante comentar que no todas las comunidades autónomas han evolucionado de igual manera. Las zonas en las que se potencia más el turismo rural, suelen ser donde la agricultura es poco rentable y

competitiva y aprovechan este modelo de negocio para hacer promoción de su territorio, frenar la despoblación y obtener rentabilidad económica. (Cánoves et al., 2005, 41-43)

Como conclusión, cabe esperar que el turismo rural en España sea un fenómeno que seguirá obteniendo un gran crecimiento. Esto se debe principalmente, al apoyo de las administraciones públicas, como medio para el progreso rural, además de las iniciativas privadas como medio para la obtención de más beneficios. A su vez ha ayudado a reducir la despoblación de las zonas rurales y a generar beneficios a las mismas. Además, favorece el intercambio cultural entre el mundo urbano y el rural y apoya el equilibrio entre las zonas menos conocidas y las de turismo masivo, como pueden ser las de sol y playa. Sin embargo, hay que tener en cuenta esta nueva situación extrema de crisis sanitaria que se está viviendo en todo el mundo y se podría pensar que los problemas actuales del turismo rural se podrían paliar gracias a una posible nueva preferencia por parte de la demanda de los destinos naturales, sin aglomeraciones y de proximidad, cercanos a su residencia.

Después de esta contextualización, se realizará un estudio cuantitativo sobre el turismo rural centrando el análisis en la comunidad autónoma de Castilla y León y su evolución a lo largo del tiempo. Además, se hará una referencia a la demanda del sector para conocer cuál es el perfil del viajero rural.

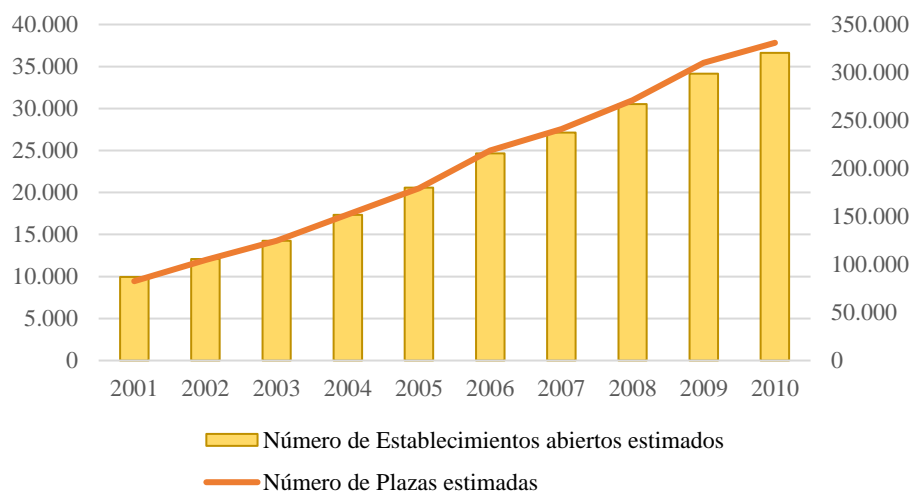


## 6. ANÁLISIS DEL TURISMO RURAL EN CASTILLA Y LEÓN

En referencia a la comunidad autónoma que compete este trabajo, Castilla y León, ha sido desde los inicios de la actividad económica turística, una de las regiones que más ha invertido en el desarrollo del turismo rural. Esto ha tenido una repercusión favorable a lo largo de los años mediante el aumento de la demanda, en términos de incremento en el número de viajeros, tanto españoles como extranjeros, y del número de pernoctaciones, también en la población española y extranjera, y desde el punto de vista de la oferta, con un notable aumento del número de establecimientos y plazas ofertadas. (Rico González, 2005)

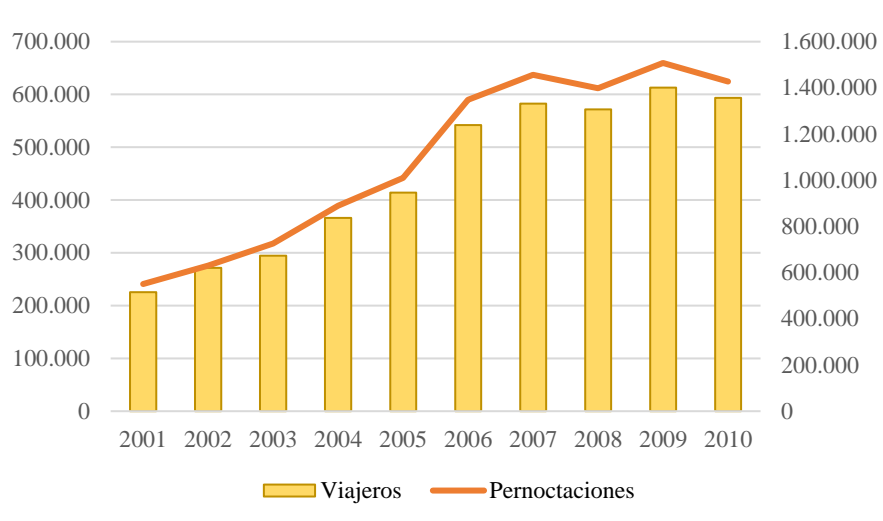
En las siguientes gráficas (6.1. y 6.2.), observamos un crecimiento significativo desde el punto de vista de la oferta, desde el año 2001 hasta el 2010. Desde el punto de vista de la demanda, también se observa un crecimiento no tan pronunciado, con dos periodos de decrecimiento en 2008 y en 2010, debido principalmente al inicio de la crisis económica mundial de 2008.

**Gráfico 6.1.:** Oferta. Número de establecimientos y número de plazas en Castilla y León.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la “Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural” (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

**Gráfico 6.2.:** Demanda. Número de viajeros (españoles y extranjeros). Número de pernoctaciones (españoles y extranjeros). Castilla y León

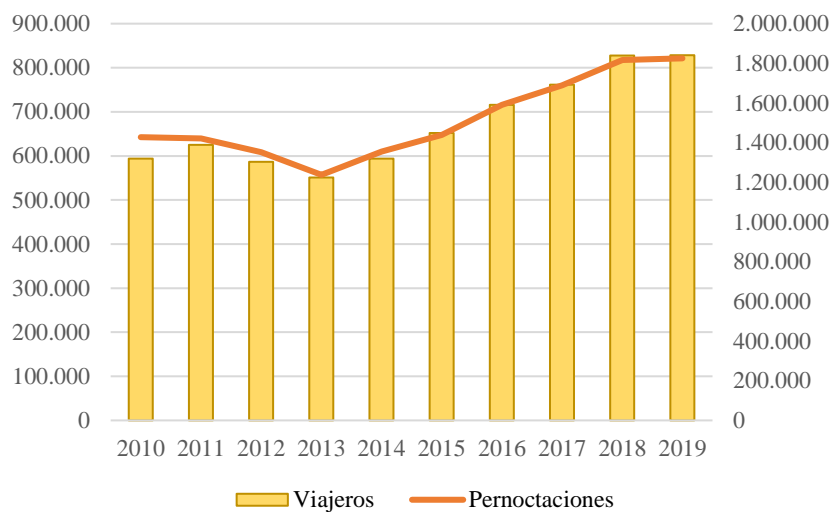


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la “Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural” (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

A lo largo de los años, Castilla y León se mantiene en cabeza y a día de hoy es considerado un referente del país en cuanto a turismo rural se refiere, sin tener en cuenta el turismo de sol y playa. Según el INE, en 2019 la comunidad destaca por liderar en viajeros y pernoctaciones. Un total de 829.450 turistas se alojaron en la región en 2019 y en cuanto a pernoctaciones se refiere, destacar que se alcanzaron 1.825.065, de las que 1.682.850 fueron de residentes españoles y el 142.215 restante de extranjeros. Con estos datos concluimos que uno de los retos futuros consiste en una mayor promoción, diversificación de ofertas y captación del turista extranjero. (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

Observamos a su vez en las gráficas, un ligero descenso en los años 2012 y 2013 en el número de viajeros, desde la crisis financiera mundial de 2008, muchos hogares no viajaron en vacaciones, de ahí que se vea resentida la demanda de turismo rural durante el periodo de crisis más profunda.

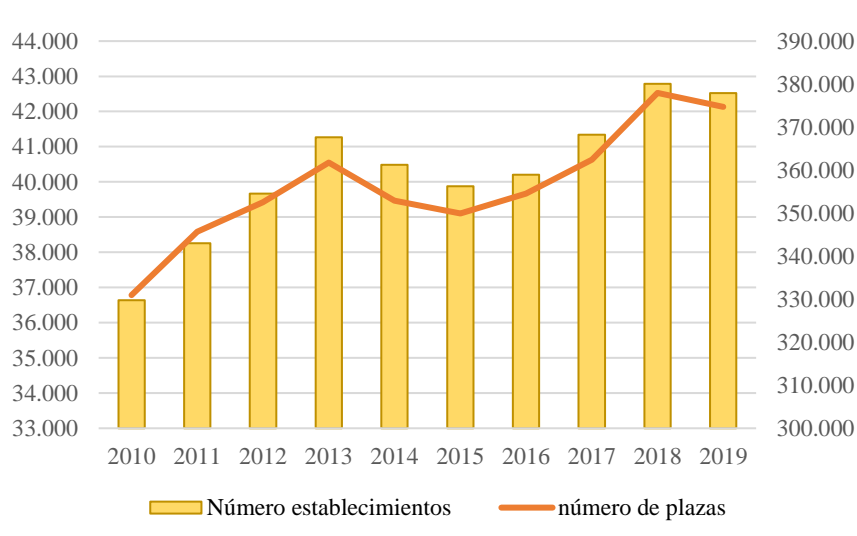
**Gráfico 6.3.:** Demanda. Número de viajeros (españoles y extranjeros). Número de pernoctaciones (españoles y extranjeros). Castilla y León



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la “Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural” (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

La gráfica 6.4. resume de manera genérica la evolución del turismo rural desde el año 2010 hasta el 2019 en la comunidad de Castilla y León, centrándose en las variables de número de establecimientos y de número de plazas. Se puede observar un descenso del turismo en los años 2014 y 2015, asociado principalmente a una cuestión económica, pues el turismo rural supone por lo general un coste bastante elevado, además de una falta de promoción y de un trabajo conjunto que cree sinergias.

**Gráfico 6.4.:** Oferta. Número establecimientos. Número de Plazas. Castilla y León.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la “Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural” (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

Como conclusión, es importante hacer una referencia al futuro. La crisis sanitaria del coronavirus tiene unas características muy complejas y supondrá varios reajustes en distintos frentes en el sector. Ante este panorama se abre un escenario nuevo de aprendizaje para la industria frente a los nuevos contextos volátiles, inciertos y complejos. El futuro es incierto, pero es probable que se tarde bastante tiempo en recuperar los niveles de conectividad aérea, marítima y terrestre que se habían alcanzado estos últimos años. El reto es tomar esta crisis como una oportunidad para el turismo rural, pues es un espacio de confianza y seguro, fuera del turismo de masas.

Es importante hacer frente a la crisis que se ha derivado de la pandemia, como es la de la confianza del viajero, ofreciéndole lugares donde pueden conectar consigo mismo, con el medio natural, estar tranquilo, seguro y alejados de la gran afluencia de gente. El sector turístico tiene que reinventarse para adaptarse a las nuevas necesidades y preferencias de la demanda, lo que plantea un nuevo paradigma.

Una de las mayores incertidumbres en la actualidad es cómo se comenzará a recuperar la actividad una vez se levanten todas las restricciones, incluidas las internacionales. La ministra de Industria, Comercio y Turismo de España, Reyes Maroto prevé un desconfinamiento lento, pero ve clave fidelizar el turismo nacional y sensibilizar a los españoles para que se decanten por España a la hora de disfrutar sus vacaciones. (Maroto, 2020)

### **6.1. ANÁLISIS CUANTITATIVO POR PROVINCIAS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA OFERTA**

Una vez analizado de manera más genérica el turismo rural en la zona de Castilla y León, se utilizarán 2 variables específicas que ayudarán a entender y analizar la evolución del sector, desde el punto de vista de la oferta, por provincias. Las variables en cuestión son, el número de alojamientos de turismo rural y la capacidad de los mismos en dicha área geográfica.

Antes de hacer referencia a la evolución del sector según las variables expuestas anteriormente, es necesario conocer de qué tipo de establecimientos rurales se habla. Según el **artículo 34 de la Ley 14/2010, 9 de diciembre, de turismo de Castilla y León**, los establecimientos de alojamiento de turismo rural son aquellos que, cumpliendo los requisitos previos en la normativa que resulte de aplicación se ubiquen en inmuebles situados en el medio rural y que cuenten con especiales características de construcción,

tipicidad e integración en el entorno y que se publiciten como tales. (Art. 34, L 14/2010, de 9 de diciembre)

Los establecimientos de alojamiento de turismo rural, de conformidad con lo establecido en el artículo 35 de la Ley 14/2010, 9 de diciembre, se clasifican en los siguientes tipos: **hotel rural, posada y casa rural**. (Art. 35, L 14/2010, de 9 de diciembre)

La información que se muestra en las siguientes tablas se obtiene de las bases de datos de la Junta de Castilla y León, por lo que tienen una actualización constante. En ellas se reflejará la evolución para cada provincia de Castilla y León. Cabe destacar que tienen una frecuencia de obtención de datos trimestral para todos los años desde el último trimestre del año 2000. En ambos casos, se va a estudiar el paso del tiempo desde el año 2010 hasta el 2019.

Los datos proporcionados por la Junta de Castilla y León en ambas variables, reflejan el número de establecimientos y de plazas de cada provincia sin tener en cuenta el tamaño poblacional. Se ha considerado conveniente construir las tablas anuales basándose en un índice base por 100.000 habitantes, debido principalmente a las diferencias poblacionales de las provincias. De esta manera se conseguirá conocer una evolución más precisa teniendo para cada región un índice base igual.

Una vez las tablas se hayan construido en función del índice base, se realizará un análisis clúster o de conglomerados jerárquico para ambas, con el objetivo de conseguir una interpretación más precisa de los resultados de las tablas. El objetivo de este clúster es reorganizar la información disponible en grupos, donde las variables, en nuestro caso los años, sean lo más homogéneas posible dentro de ellas y entre ellas, lo más heterogéneas posible. Para ello utilizaremos los datos de las tablas siguientes en el programa estadístico SPSS. Los pasos seguidos para la elaboración del análisis clúster se encuentran en los anexos.

Podemos observar la tabla que muestra el **número de alojamientos anuales de turismo rural por 100.000 habitantes** que hay en cada provincia de **Castilla y León**. Estos establecimientos, como se ha comentado anteriormente, se clasifican en casa rural, casa rural de alojamiento compartido, casa rural de alquiler, posada y hotel rural.

**Tabla 6.1:** Evolución número de alojamientos \*100.000 habitantes. Castilla y León

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ÁVILA	482,49	515,55	533,95	544,07	553,99	548,60	468,68	486,84	498,34	501,38
BURGOS	104,28	111,92	119,63	126,46	124,15	93,69	94,06	113,81	116,62	121,05
LEÓN	100,10	104,21	106,89	110,88	112,43	109,82	101,97	107,63	109,20	111,30
PALENCIA	140,35	145,65	150,02	152,59	151,08	145,20	133,79	140,33	142,31	147,95
SALAMANCA	141,71	151,57	159,17	165,08	166,81	165,79	154,92	160,96	162,90	166,90
SEGOVIA	232,48	253,32	264,67	272,81	277,77	273,37	263,50	273,64	292,12	295,11
SORIA	309,54	330,33	352,75	374,27	375,15	379,98	369,99	389,65	404,06	407,26
VALLADOLID	32,05	33,79	34,92	36,62	35,13	22,04	20,82	30,53	34,32	35,79
ZAMORA	109,59	113,76	121,29	126,56	129,56	127,87	115,69	129,78	138,55	143,12
<b>TOTAL</b>	<b>138,36</b>	<b>146,59</b>	<b>152,91</b>	<b>158,26</b>	<b>159,04</b>	<b>149,99</b>	<b>138,55</b>	<b>149,34</b>	<b>154,17</b>	<b>157,40</b>

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Junta de Castilla y León, 2020

Observando la tabla 6.1., hay un mínimo aumento total del número de alojamientos de turismo rural por 100.000 habitantes a lo largo del tiempo, exceptuando un periodo de descenso durante 2 años consecutivos (2015 y 2016), también muy ligero, que terminan en un nuevo incremento en los años finales. Es preciso señalar que no solo ha aumentado el número de establecimientos, también ha habido una mejora en el tamaño de los mismos, como comprobaremos en la tabla siguiente 6.2., aumentando el número de plazas y la calidad, cualidades fundamentales para que la demanda siga creciendo.

Ávila, Soria y Segovia son las provincias con un mayor número de alojamientos de turismo rural en la actualidad en Castilla y León, por cien mil habitantes. Esto es debido principalmente a su situación colindante con Madrid, región con un gran número de habitantes, que deciden descansar del ajetreo de la gran ciudad en entornos más naturales y pequeños.

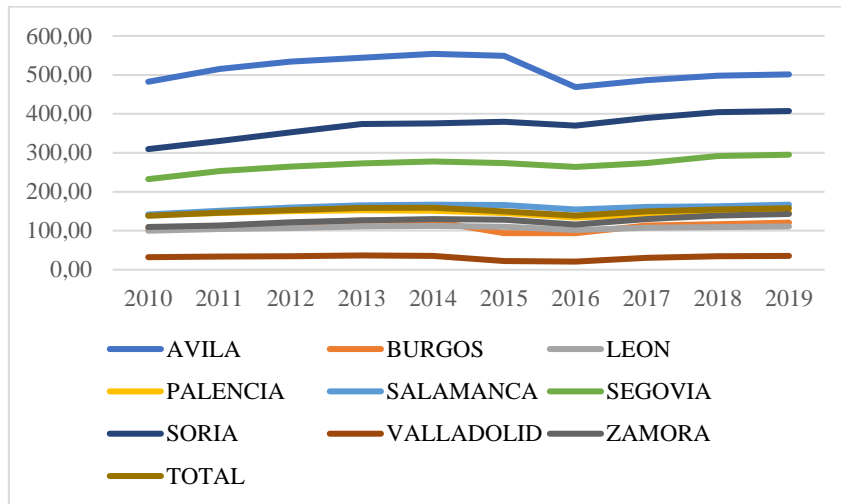
Ávila registra 501,38 establecimientos en el año 2019, lo que supone el mayor número de establecimientos del total de Castilla y León. A lo largo de la tabla vemos un crecimiento en varios periodos, y consigue liderar la tabla durante todo el periodo analizado.

Soria y Segovia destacan también por estar entre las primeras posiciones desde 2010, con 407,26 y 295,11 alojamientos por 100.000 habitantes respectivamente en el último año. Al igual que en Ávila, se ve un ligero descenso de 2015 a 2019.

Por otro lado, se encuentran las provincias con menor oferta, Valladolid y León, con 35,79 y 111,30 establecimientos respectivamente en el año 2019.

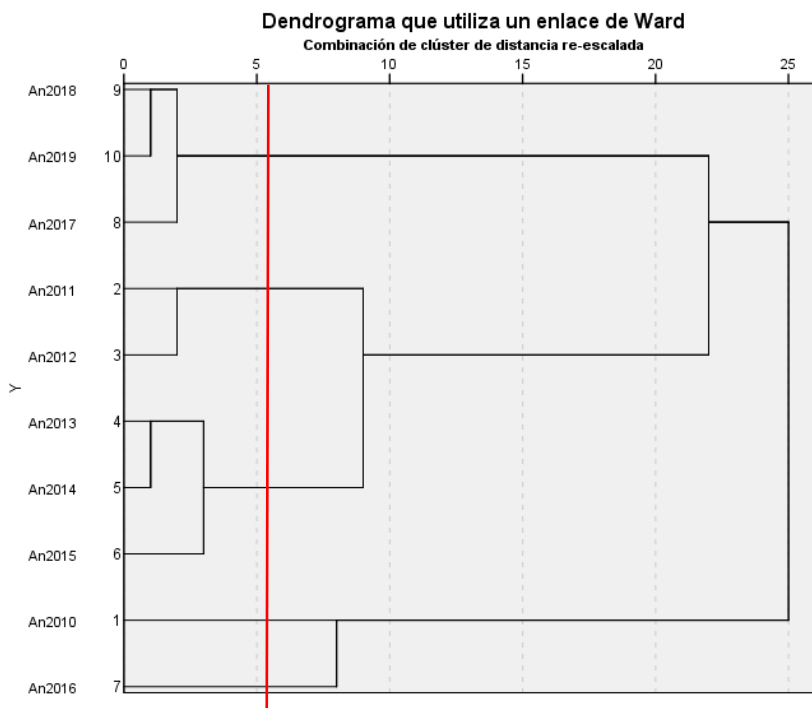
El siguiente gráfico es una representación de la tabla anterior, en él se puede apreciar de manera visual la evolución por provincias. Volvemos a observar cómo Ávila, Soria y Segovia se sitúan en lo alto del gráfico, lo que significa que son las provincias con un mayor número de alojamientos de turismo rural de la comunidad autónoma, por 100.000 habitantes.

**Gráfico 6.5.:** Evolución número de alojamientos \*100.000 habitantes. Castilla y León



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Junta de Castilla y León, 2020

A continuación, podemos ver el primer análisis clúster jerárquico realizado con el programa estadístico SPSS, para la **variable número de establecimientos abiertos \* 100.000 habitantes** y se procederá a analizar el dendrograma.

**Gráfico 6.6.:** Dendrograma alojamientos. Castilla y León

Fuente: elaboración propia a partir del programa estadístico SPSS y los datos de la Junta de Castilla y León, 2020

En este caso observamos que se han seleccionado 4 clúster o periodos con diferente número de alojamientos por cien mil habitantes en cada uno de ellos a lo largo del tiempo.

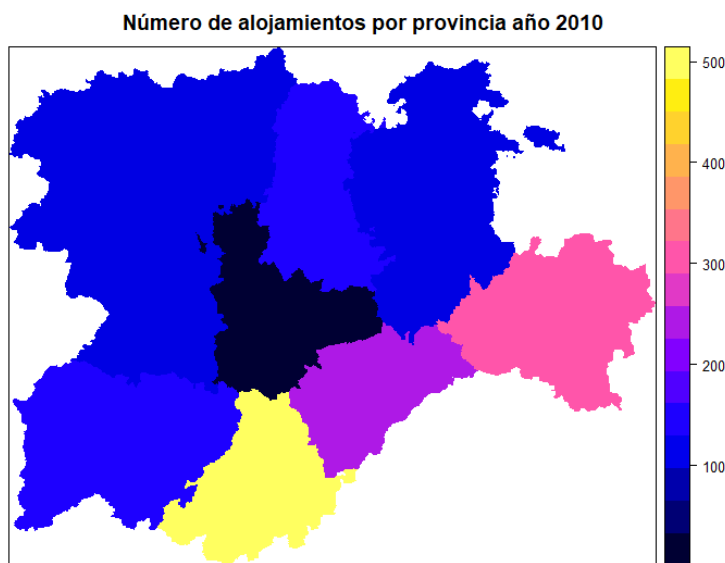
- Primer clúster: agrupa los años 2017, 2018 y 2019. Este periodo tiene un crecimiento poco significativo. Es el segundo grupo con más alojamientos de media.
- Segundo clúster: incluye los años 2010 y 2016. Se considera el grupo más heterogéneo de los que se ha formado debido a su amplitud en el árbol. Así mismo son los dos años con el menor número de alojamientos.
- Tercer grupo: 2011 y 2012. Es el segundo grupo con menos alojamientos.
- Cuarto grupo: 2013, 2014 y 2015. Comprende el periodo con el mayor número de establecimientos de media.

Siguiendo la línea del proyecto, se realizará una comparativa visual mediante mapas de densidad, que nos permita contrastar la información con las tablas. Para ello, ha sido preciso utilizar el programa estadístico R y realizar un análisis geoestadístico. La sintaxis requerida es similar a la utilizada en análisis geoestadístico del capítulo siguiente (presentes en el anexo).



Como se puede apreciar y se ha comentado anteriormente, los siguientes mapas presentan pocas variaciones a lo largo del tiempo, en este caso tenemos 3 mapas del año 2010, 2015 y 2019. La provincia con un menor número de alojamientos es Valladolid, posiblemente porque sea una ciudad más industrial y esté menos centrada en el sector del turismo rural. Por el contrario, Ávila y Segovia ofrecen un mayor número de establecimientos, ambas colindantes con Madrid, por lo que han sabido aprovechar las ventajas de la cercanía con una provincia tan poblada, además de sus atractivos entornos naturales.

**Figura 6.1.:** Mapa alojamientos Castilla y León 2010



Fuente: elaboración propia a partir del programa estadístico R

**Figura 6.2.:** Mapa alojamientos Castilla y León 2015

Fuente: elaboración propia a partir del programa estadístico R

**Figura 6.3.:** Mapa alojamientos Castilla y León 2019

Fuente: elaboración propia a partir del programa estadístico R

Una vez analizado el número de establecimientos, es interesante analizar la **capacidad de los establecimientos de turismo rural en Castilla y León por 100.000 habitantes**, dividido por provincias, de esta manera se obtendrá un conocimiento más exhaustivo desde el lado de la oferta. Dicha información sobre la capacidad de los mismos se cuantifica en función del número de habitaciones de los distintos tipos como son:

habitación simple, doble, cuádruple, quíntuple y séxtuple, esta última desde el año 2015 hasta el 2019. En este caso, el estudio también se realiza anualmente.

**Tabla 6.2.:** Evolución número de plazas en alojamientos \*100.000 habitantes

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ÁVILA	730,60	767,96	789,25	801,04	758,46	706,83	572,44	616,72	696,14	781,52
BURGOS	214,42	227,22	239,97	251,04	247,84	180,94	192,30	237,30	243,71	254,95
LEÓN	186,13	190,71	192,52	194,51	194,74	182,12	170,74	181,24	186,18	187,60
PALENCIA	303,57	316,19	324,05	329,99	324,19	314,64	298,25	318,80	322,05	316,63
SALAMANCA	232,76	245,95	256,16	265,52	271,29	263,11	248,28	257,04	261,46	270,11
SEGOVIA	548,73	466,38	482,42	493,25	498,34	589,79	789,96	834,78	882,09	825,46
SORIA	611,17	637,06	661,62	695,65	696,26	715,30	712,16	750,92	777,60	795,41
VALLADOLID	84,27	89,39	92,08	95,20	90,49	51,35	53,61	79,66	88,85	92,38
ZAMORA	248,08	253,39	267,71	275,75	279,16	253,54	293,42	324,63	351,77	358,73
<b>TOTAL</b>	<b>249,63</b>	<b>261,23</b>	<b>269,77</b>	<b>276,94</b>	<b>262,96</b>	<b>209,25</b>	<b>200,23</b>	<b>219,93</b>	<b>228,26</b>	<b>234,31</b>

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Junta de Castilla y León, 2020

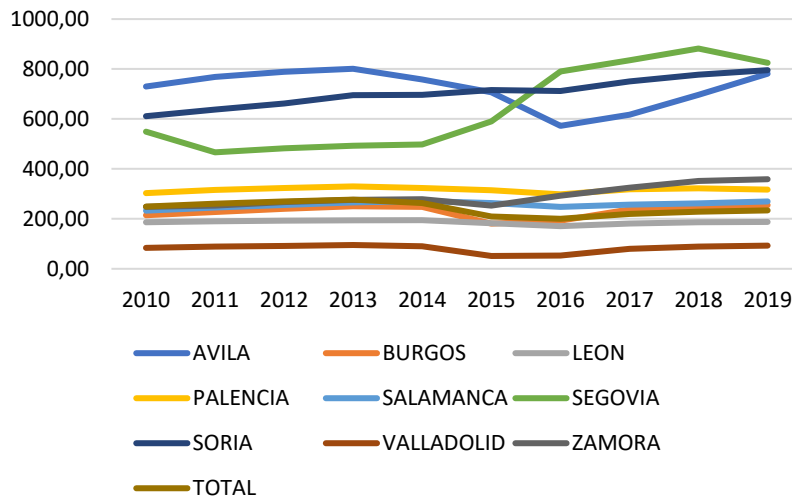
Se observa en la tabla 6.2. que corresponde a la evolución del número de plazas en alojamientos de turismo rural en las provincias de Castilla y León que, en la fila del total hay períodos de crecimiento y disminución a lo largo de los años, ambos poco significativos si se evalúan a nivel provincial.

Ávila, Soria y Segovia, además de ser las provincias con un mayor número de establecimientos, también son las que tienen más plazas disponibles. Comenzó liderando la tabla Ávila hasta el año 2016. A partir de este año Segovia aumentó el número de plazas hasta quedarse en cabeza hasta el año 2019. Como ya se ha comentado, el estar en cabeza es debido principalmente a su cercanía con la comunidad de Madrid y su gran densidad de población. La preferencia de estos viajeros por lugares rurales, menos estresantes y alejados de su rutina diaria de trabajo, buscando desconexión hacen que estas provincias más cercanas aprovechen sus recursos naturales y se mantengan en las primeras posiciones.

Valladolid, León y Salamanca, por el contrario, son las provincias con menor número de plazas de turismo rural por mil habitantes. Dato curioso, siendo las provincias con mayor número de habitantes de toda la comunidad, lo que nos hace llegar a la conclusión de que no está relacionado tener un mayor número de habitantes en la provincia, con tener más plazas y establecimientos rurales en la misma.

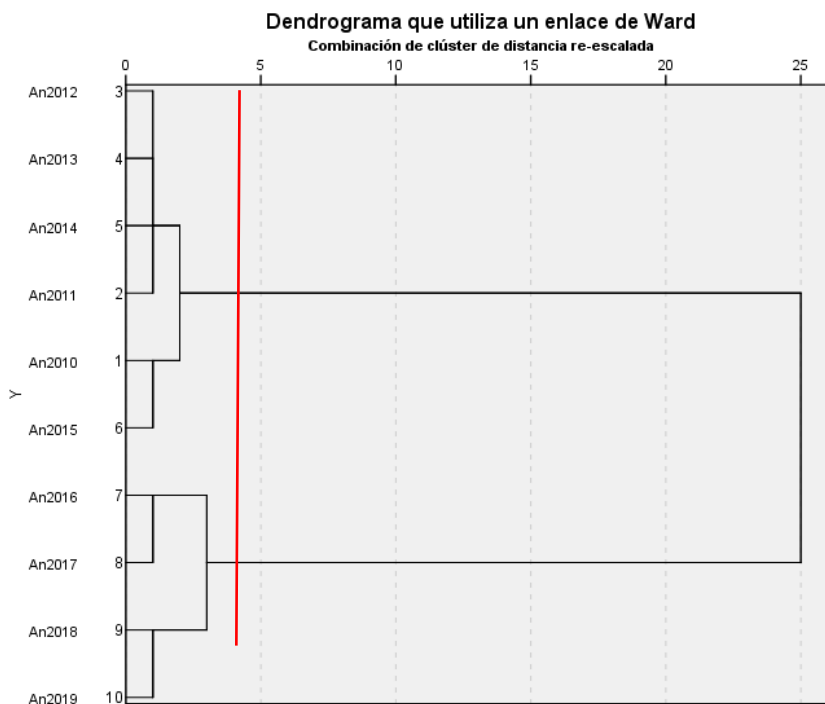
El gráfico 6.7. es una representación de la tabla anterior (6.2.), por lo que se pueden llegar a obtener las mismas conclusiones.

**Gráfico 6.7.:** Evolución número de plazas en alojamientos \*100.000 habitantes. Castilla y León



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Junta de Castilla y León, 2020

El siguiente dendrograma representa la **variable número de plazas de los establecimientos abiertos \* 100.000 habitantes.**

**Gráfico 6.8.:** Dendrograma plazas. Castilla y León

Fuente: elaboración propia a partir del programa estadístico SPSS y los datos de la Junta de Castilla y León, 2020

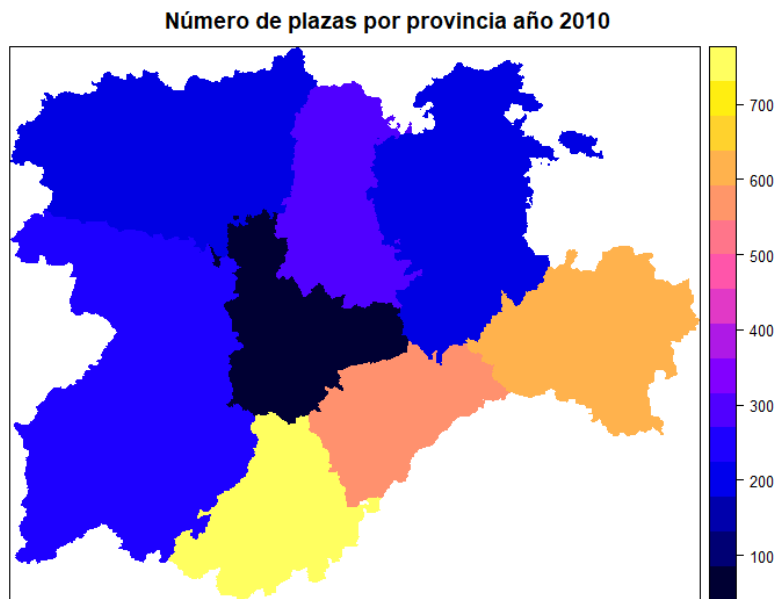
En el dendrograma se observan 2 grupos heterogéneos entre ellos:

- Grupo 1: 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015. Este grupo representa los años en los que se disponen de más plazas de establecimientos rurales por 100.000 habitantes en Castilla y León.
- Grupo 2: 2016, 2017, 2018, 2019. Por el contrario, en este grupo están los años en los que se disponen de menos plazas en establecimientos rurales en la comunidad autónoma.

A continuación, se mostrarán los mapas de densidad en función al número de plazas por provincia.

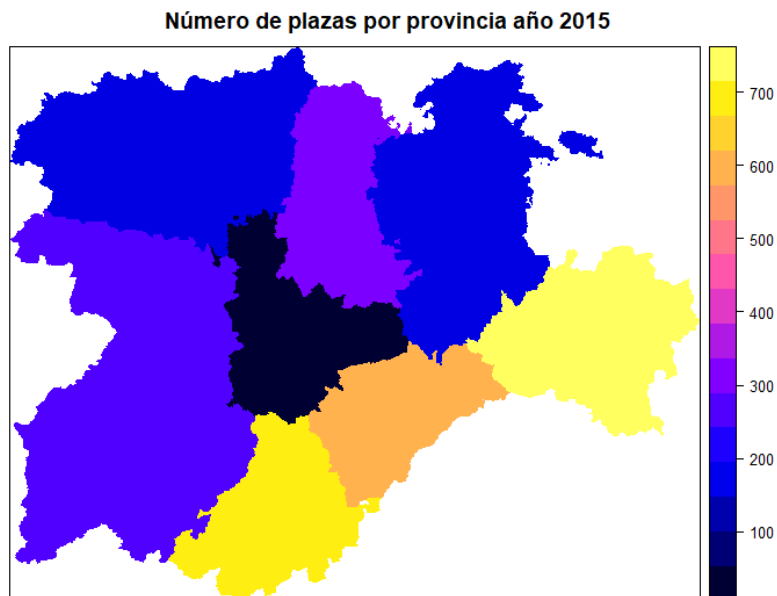
Como ya se ha comentado anteriormente, Valladolid es la provincia con menor número de plazas y Ávila, Segovia y Soria con un mayor número. La evolución a lo largo de los años es poco variable.

**Figura 6.4.:** Mapa plazas Castilla y León 2010

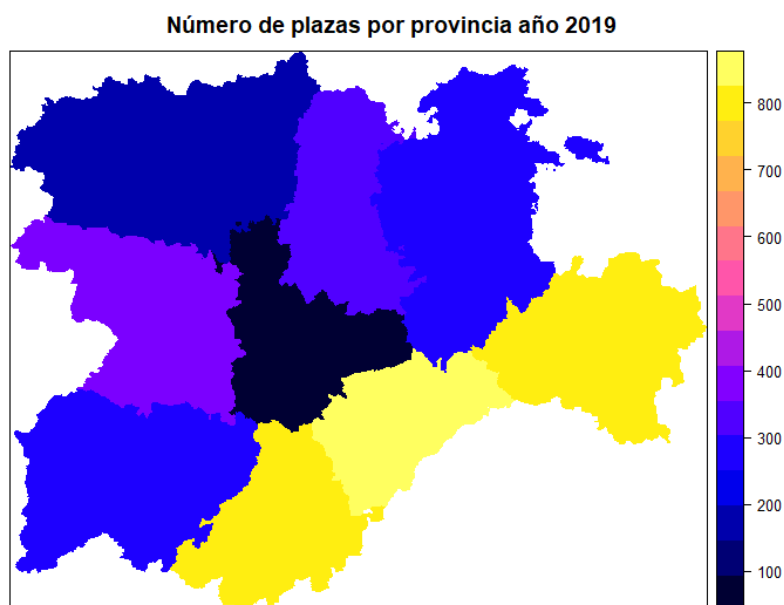


Fuente: elaboración propia a partir del programa estadístico R

**Figura 6.5.:** Mapa plazas Castilla y León 2015



Fuente: elaboración propia a partir del programa estadístico R

**Figura 6.6:** Mapa plazas Castilla y León 2019

Fuente: elaboración propia a partir del programa estadístico R

Como conclusión general el turismo rural ha ayudado a dar una nueva vida a las zonas más abandonadas. En ambas variables, el número de establecimientos y de plazas por cien mil habitantes, se observa un aumento poco variable a lo largo de los 10 años analizados. La correcta evolución de este sector depende de muchos agentes, como son la administración pública, la comunidad local y los propios habitantes de la zona. Es importante orientar esta actividad hacia la sostenibilidad social y medioambiental, la cohesión local y regional, la implicación de todos los agentes en la toma de decisiones favorables para la región, ofrecer unos productos de calidad y una diversificación de las ofertas y usuarios. Estos elementos son clave para un incremento del turismo rural en la comunidad. (Secretaría General de Turismo, 2007)

En definitiva, la comunidad autónoma refuerza durante 2019 el liderato que lleva manteniendo varios años y se afianza como lugar favorito cuando el turismo de sol y playa no está de por medio. Su cultura, arte, gastronomía, arquitectura y los paisajes naturales siguen siendo un sello de calidad para los viajeros que eligen estos destinos.

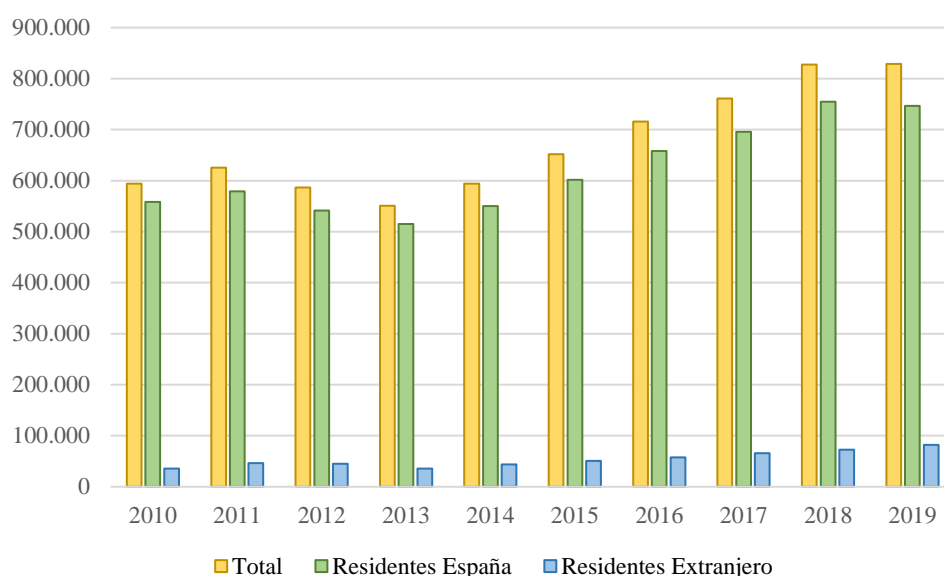
## 6.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Tras los efectos del Covid19, Castilla y León apuesta por el desarrollo rural para intentar mitigar futuros problemas asociados, afirmó el Consejero de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Jesús Julio Carnero. (Carnero, 2020)

Se dispone de varios indicadores para estudiar la demanda del sector:

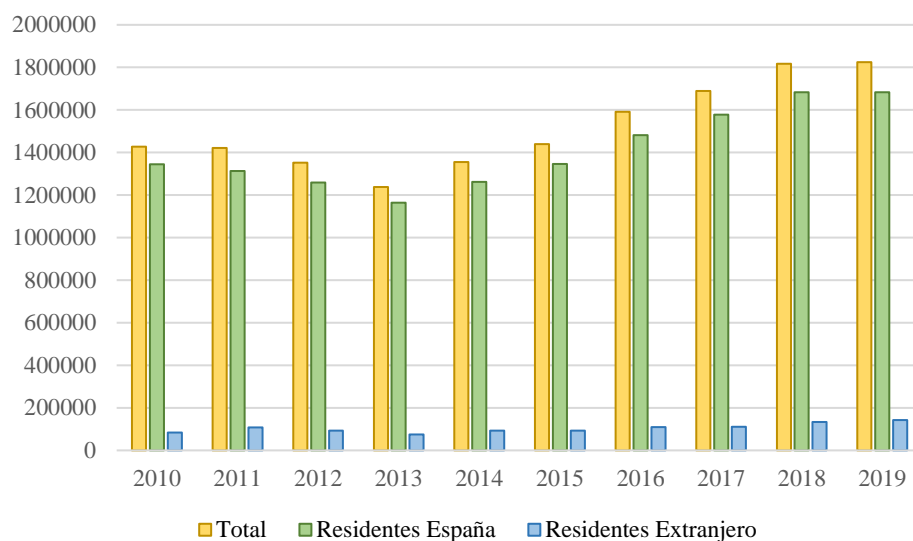
En cuanto al **número de viajeros se refiere y al número de pernoctaciones**, lo más impactante es la falta de visitantes extranjeros en la región y como consecuencia un menor número de hospedajes diarios. Esta falta de clientela extranjera, responde principalmente a las dificultades de comercialización un producto único y claro, en este caso en Castilla y León. Las particularidades regionales, los productos con denominación de origen de la zona y la gastronomía entre otras cosas, deben ser una garantía para conseguir un turismo rural afianzado y reconocido en nuestro país y en Europa. En un futuro, es un reto necesario que abordar cuando la situación sanitaria se estabilice. Para ello es conveniente una correcta promoción del patrimonio castellano leonés, su arquitectura, su cultura e historia, sus tradiciones y sus destinos naturales entre otros.

**Gráfico 6.9.:** Número viajeros. Castilla y León



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la “Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural” (Instituto Nacional de Estadística, 2020)



**Gráfico 6.10.:** Número de pernoctaciones. Castilla y León

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la “Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural” (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

Se observa una evolución generalmente positiva en las gráficas 6.9. y 6.10., con pequeños altibajos (2012- 2013), debido principalmente a los estragos de la crisis financiera de 2008 vivida durante esa época en todo el mundo. En 2013 se encuentra el pico más bajo en cuanto al número de viajeros y pernoctaciones se refiere, muchos hogares no viajaron por vacaciones, el parón económico obligó a que, en su caso, los viajes fueran opciones baratas, lo que supuso un gran problema para el turismo rural, con opciones económicamente más elevadas.

En resumen, según las cifras en el último año (2019) había 828.623 viajeros, 1.128 más que en año anterior. En cuanto al número de pernoctaciones, en 2019 había 1.825.009, 8.630 más que en 2018.

La **estancia media anual** desde 2010 hasta 2019 gira en torno a 2 días de media, no ha variado a lo largo del tiempo. El turismo rural, en general, es más específico para fines de semana, puentes y festividades concretas.

La última variable objeto de estudio en cuanto al análisis de la demanda, son **los picos de ocupación a lo largo del año**, es decir, ¿cuándo viajan los turistas? Los datos del Instituto Nacional de Estadística confirman que desde el año 2010 hasta el 2019 no ha variado apenas la época del año preferida para viajar. Abril, agosto, octubre y diciembre han sido los meses con un mayor número de viajeros españoles. Para los turistas extranjeros

destaca principalmente la temporada primavera-verano, con mayo, junio, julio, agosto y septiembre con un mayor número de viajes.

Según el informe del Barómetro del Turismo Rural en España para 2019, el verano es la época del año con una ocupación más frecuente y estable. Desde principios de julio, hasta el 1 de septiembre, la tasa de ocupación es mayor. A partir de principios de septiembre comienza a decrecer. El pico de ocupación en estas fechas se da el 15 de agosto, festividad de La Asunción en todo el país. (Clubrural, 2019)

Otros picos importantes en el turismo rural, corresponden al puente de Todos los Santos (1 noviembre), La Constitución (6 diciembre) y la Inmaculada (8 diciembre).

La temporada navideña también es una fecha destacada para este sector, sobre todo la Nochevieja.

Finalmente, mencionar que fuera de temporada, los fines de semana es cuando más reservas hay, siendo muy baja la ocupación de establecimientos de lunes a jueves.

## **7. ANÁLISIS GEOESTADÍSTICO**

Para tratar de conocer más en profundidad la situación actual del turismo rural (en el apartado anterior se ha tratado la evolución), vamos a realizar un análisis estadístico espacial, que se define como un conjunto de técnicas para el análisis y predicción de valores distribuidos en el espacio y/o tiempo.

Antes de comenzar con el análisis geoespacial, es importante entender la confluencia entre el marketing y la geografía en este proyecto. La geografía introduce en el marketing la dimensión espacial y trata de dar respuesta a cuestiones de marketing como la que posteriormente se plantea, mediante métodos estadísticos y representaciones gráficas.

En definitiva, el Geomarketing es una técnica ideal, para cualquier empresa que necesite un conocimiento espacial detallado en relación a sus variables objeto de estudio, gracias a su componente geográfica.

En el ámbito del turismo, las empresas relacionadas con este sector, tienen como recurso principal el territorio, por lo tanto, sería interesante abordar el conocimiento de su actividad desde las técnicas de geomarketing. Esta técnica de análisis permite abordar cuestiones y planteamientos, como la identificación de nichos de mercado en diversos destinos para ubicación de nuevas infraestructuras hoteleras u otro tipo de ocio, detectar carencias en servicios e infraestructuras en destinos turísticos, identificación de clientes potenciales en diversos mercados geográficos, obtención de información turística que permita conocer potenciales clientes o promocionar destinos, entre otras cosas.

A la hora de realizar un análisis geoestadístico basado en las técnicas de geomarketing, es necesario establecer los elementos que lo componen a modo de base metodológica, base que será adaptada para este proyecto concreto: (Peñarubia, 7-8)

1. Sistemas de Información Geográfica (SIG), adecuados para solucionar problemas de localización, en este caso el sistema de referencia de coordenadas, GPS Latitud y GPS Longitud.
2. Base de datos (BBDD), constituye el soporte de todo el estudio de mercado. En este caso es una base de datos externa proporcionada por la institución pública de la Junta de Castilla y León, en la que se observan datos sobre los alojamientos de turismo rural que hay en la comunidad autónoma. (Junta de Castilla y León, 2020)

3. Cartografía digital de la zona de estudio, empleada para representar el territorio. En el trabajo se pretende realizar un microanálisis territorial de Castilla y León. La geografía queda representada a modo de polígonos, líneas y puntos.
4. Técnicas de análisis, en este sentido se realizará un análisis exploratorio de datos espaciales (AEDE), que proporcionará una visualización espacial de los alojamientos y número de plazas de turismo rural que hay en Castilla y León, mediante puntos y zonas calientes.
5. Interpretación de resultados.

A continuación, se realizará el análisis geoespacial que tiene como objetivo principal la proporción de una imagen fiel de la realidad del turismo rural en las regiones de Castilla y León a través de un mapa de densidad.

### **7.1. ESTUDIO EXPLORATORIO DE LOS DATOS**

Se dispone de una base de datos del año 2020 con 3772 alojamientos de turismo rural en todas las provincias de Castilla y León y una variable con el número de plazas ofertadas en cada establecimiento. Los datos espaciales de la base de datos contienen los valores de las coordenadas, en este caso se considera el sistema de coordenadas geográficas (GPS Latitud y GPS Longitud). Se ha comprobado que hay coordenadas duplicadas para algunos alojamientos rurales, por lo que hay que sumar (agregar) las plazas ofertadas que hay para una misma coordenada.

Se observa un fichero shapefile (shp) con un SpatialPolygonsDataFrame de las provincias de Castilla y León, que utilizaremos principalmente para realizar el contorno del mapa.

Se realizará un kriging para predecir la variable correspondiente a las plazas ofertadas.

Finalmente se realizará una superposición del resultado obtenido sobre el mapa con los municipios de Castilla y León y se interpretarán resultados.

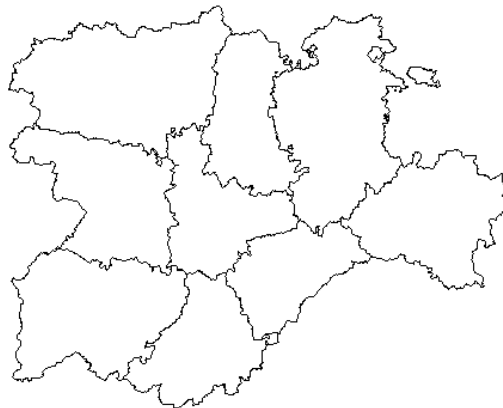
### **7.2. ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LOS DATOS**

El primer paso que se realizará con el programa estadístico R es crear un directorio de trabajo con la instrucción *setwd* y a continuación, cargar los paquetes espaciales pertinentes para comenzar con el análisis. (Toda la sintaxis requerida para el análisis se incluirá en los anexos del trabajo) (R Core Team, 2020)

- `rgdal`
- `ggspatial`
- `dplyr`
- `foreign`
- `RColorBrewer`
- `sf`
- `tmap`
- `ggplot2`
- `automap`
- `raster`

Se cargarán los shapefiles (estructura de datos) de las provincias de Castilla y León con la instrucción `readOGR`. Es un primer fichero que contiene polígonos espaciales que nos va a permitir construir y definir todas las provincias de Castilla y León. La instrucción `plot(nombre del fichero)` te dibujará el contorno del mapa.

**Figura 7.1.:** Contorno Castilla y León

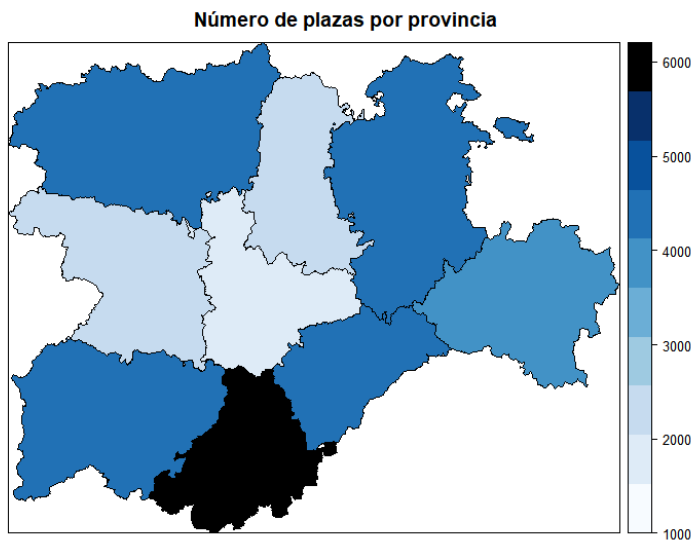


Elaboración propia a partir del programa estadístico R

El segundo fichero corresponde al número de establecimientos rurales que hay en Castilla y León (3.772), donde cada individuo es un alojamiento y contiene una variable que muestra el número de plazas de cada uno de ellos, además de las coordenadas de latitud y longitud. La instrucción `class(nombre del fichero)`, avisa de que en este caso se dispone una base de datos de puntos, no de polígonos como anteriormente se comentaba. Cada

punto hace referencia a una plaza de alojamiento rural. Se ha comprobado que en este fichero hay coordenadas duplicadas para algunos establecimientos rurales, por lo que se debe realizar una suma o agregación de plazas ofertadas que hay para una misma coordenada. Finalmente, con la instrucción *plot* obtenemos el siguiente mapa:

**Figura 7.2.:** Número de plazas por provincia. Castilla y León

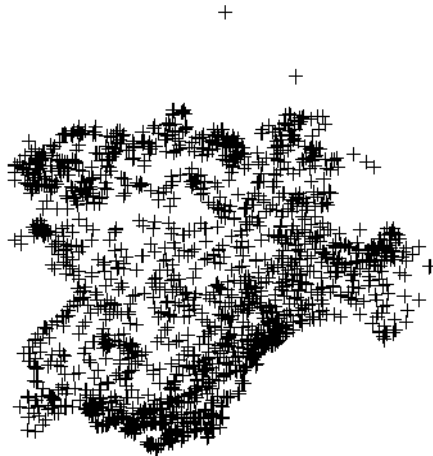


Elaboración propia a partir del programa estadístico R

El mapa anterior muestra las provincias de Castilla y León con más plazas de alojamientos rurales, en la leyenda se observa que las zonas de color negro son las que más plazas tienen y las de color azul más claro las que menos. Por tanto, se puede afirmar que Ávila en la actualidad es la región con más plazas de alojamientos (más de 6.000), en contraposición a Valladolid y Palencia, que son las zonas con menos plazas (menos de 2.000).

Se observa en el dibujo de puntos siguiente, que las zonas situadas al borde del mapa son las que más plazas disponibles tienen, más adelante se comprobará si también corresponden a las zonas dónde más alojamientos rurales hay. También se ve que la zona del centro dispone de menos plazas de alojamientos. Hay 2 puntos outliers que probablemente se deban a un fallo en las coordenadas.

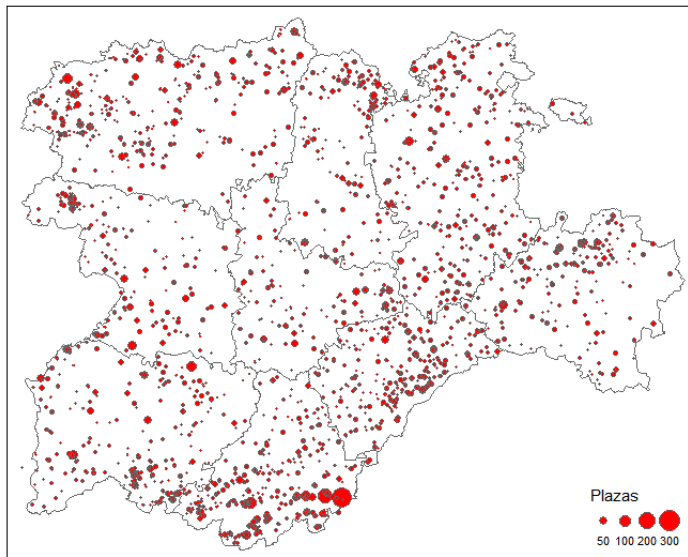
**Figura 7.3.:** Mapa de puntos Castilla y León



Elaboración propia a partir del programa estadístico R

A continuación, observamos un mapa del contorno de las provincias y los puntos representado por burbujas, que varían su tamaño en función al número de plazas en cada zona.

**Figura 7.4.:** Mapa de burbujas Castilla y León



Elaboración propia a partir del programa estadístico R

### 7.3. MÉTODO DE INTERPOLACIÓN GEOESTADÍSTICA

Uno de los métodos de interpolación geoestadística más utilizados es el Kriging, basado en que la distancia o dirección entre los puntos refleja una correlación espacial, es decir, teniendo un conjunto de puntos en el espacio, van a tener más relación entre ellos los que estén más cerca entre sí. El objetivo de este método es buscar a partir de que distancia ya no hay relación entre los puntos. (ArcGis Pro)

El kriging es un método que tiene varios pasos (Cliquet, 2006):

- Análisis exploratorio de los datos: En este punto se vuelven a cargar las librerías específicas para el análisis, además de cargar los shapefiles y el fichero correspondiente al número de establecimientos de turismo rural de Castilla y León.
- Modelado de variogramas: ayuda a determinar a partir de que valor dejan de tener relación los puntos. Para realizar este análisis utilizaremos la librería *automap*. Hay varios modelos de variogramas, en función de la tendencia de la gráfica. (R Core Team, 2020)
- Creación de la superficie.

#### VARIOGRAMAS

Se pueden observar dos pequeñas gráficas, la primera muestra los resultados de la concentración del kriging (kriging prediction), hay una mayor concentración de puntos en las zonas más oscuras, es decir, un mayor número de plazas. A la derecha se ve el kriging standard error (error estándar), donde la máxima variabilidad se localiza en los colores más oscuros.

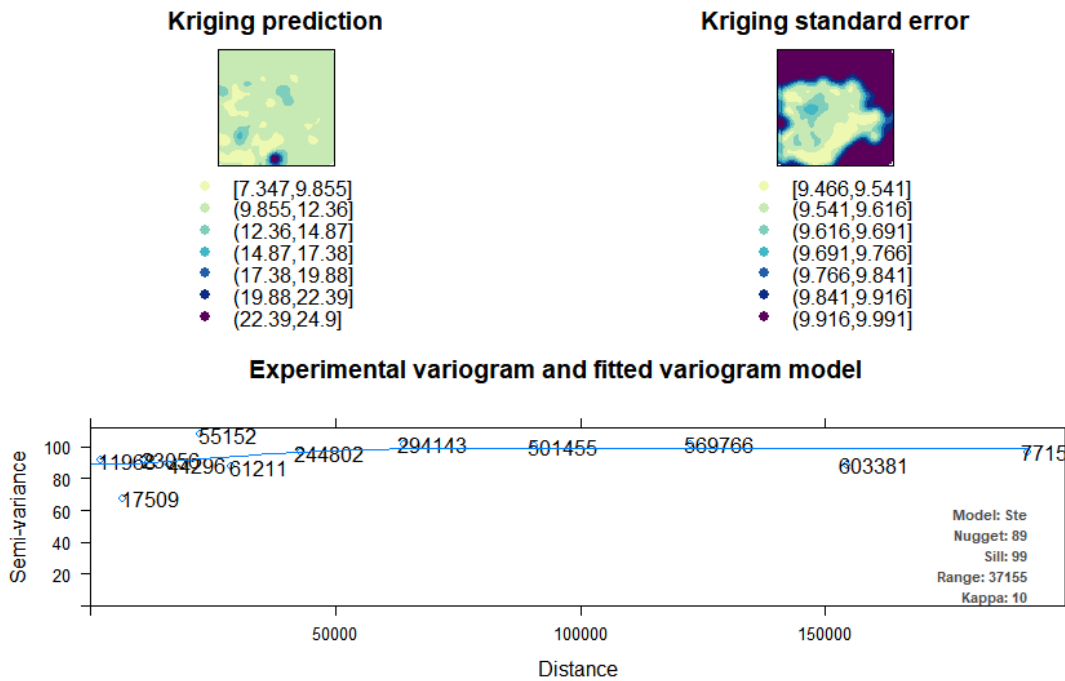
La gráfica del variograma (Experimental variogram and fitted variogram model) proporciona una línea azul imprescindible para un correcto estudio. El eje de la Y, representa la semi-varianza y el de la X, la distancia.

La línea azul corta el eje de la Y en el punto “Nugget” (89), mide la dispersión. Es un punto con un valor muy alto, por lo que se pueden deducir 2 conclusiones, o que hay mucha dispersión de los datos, o que la interpolación no va a ser adecuada porque entre los puntos falta información, no hay predicción.



El punto “Sill” (99) corresponde a la meseta. Es el punto a partir del cual la función azul permanece constante. En el eje de las X puedo obtener información de los valores anteriores a ese punto, es decir, los puntos anteriores hasta ese valor, incluido, están correlacionados entre sí.

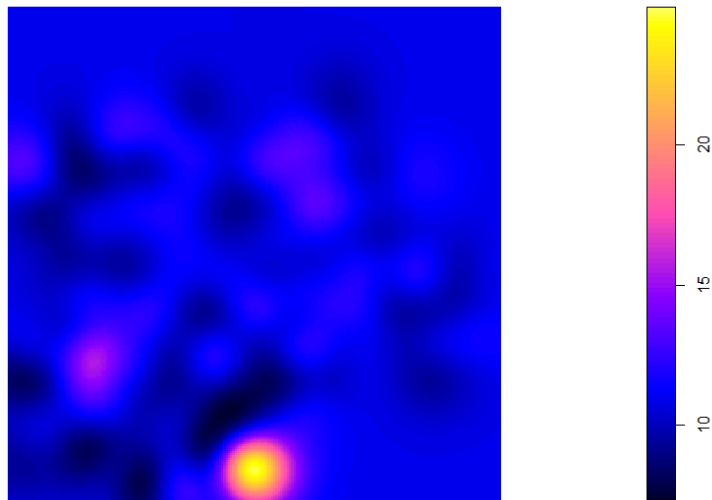
**Gráfica 7.1.:** Gráficas kriging y variograma



Elaboración propia a partir del programa estadístico R

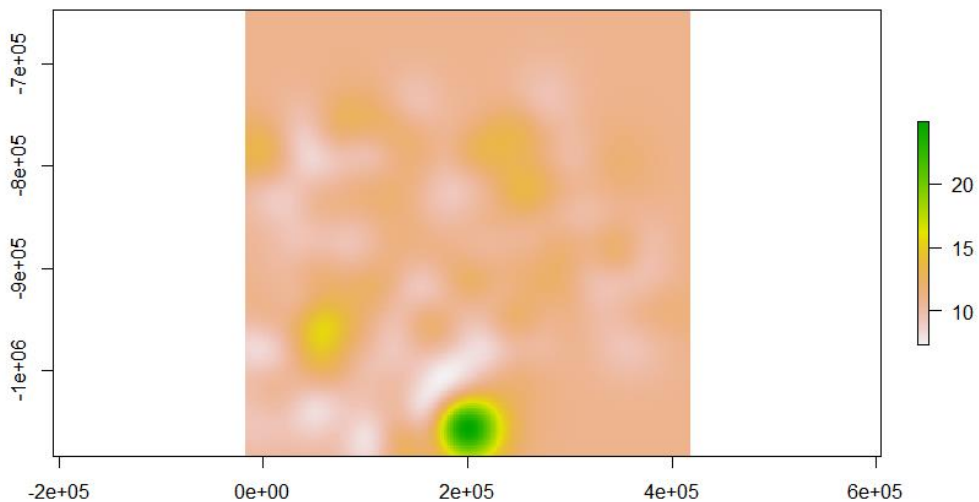
**KRIGING**

A continuación, se observa la representación de la predicción (Kriging prediction). Este gráfico es interesante a la hora de predecir. Como se ha comentado anteriormente muestra los resultados de la concentración de kriging, más concentración en el punto amarillo, a partir de 20 hace referencia a las zonas con mayores plazas para pernoctar, mientras que en las zonas azules hay menos plazas. En el gráfico, se han transformado los puntos espaciales de mapas anteriores en píxeles.

**Figura 7.5.:** Mapa de zonas calientes 1. Castilla y León

Elaboración propia a partir del programa estadístico R

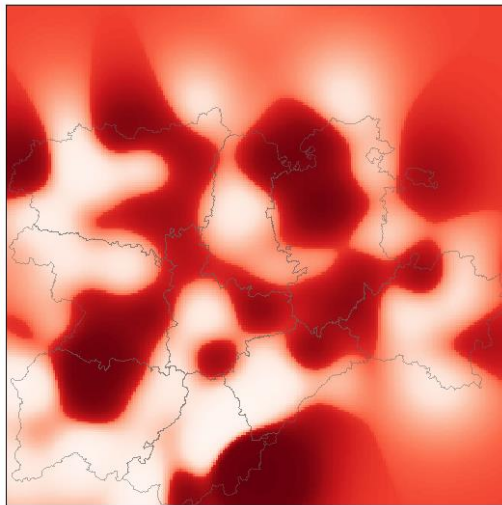
El siguiente gráfico representa una mejora del anterior, para ello, se ha construido una estructura de datos (dataframe) y se mezcla toda la información que se tenía antes a través de la librería *raster*. En cuanto a la interpretación, no varía.

**Figura 7.6.:** Mapa de zonas calientes 2. Castilla y León

Elaboración propia a partir del programa estadístico R

El siguiente paso es convertir ese ráster en una matriz, con la librería *tmap*. Se observa también la superposición de los polígonos, en este caso las provincias de Castilla y León.

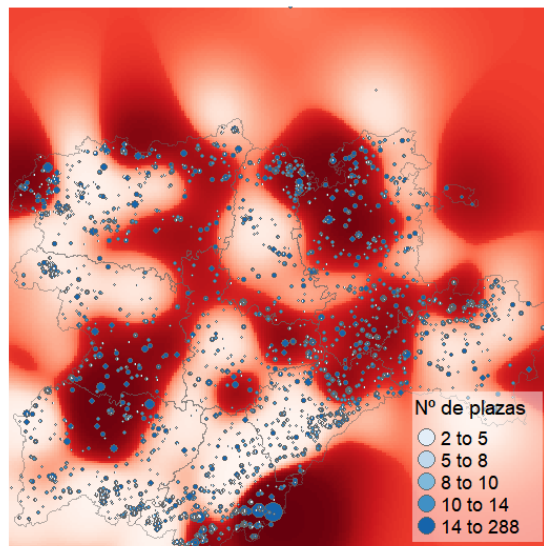
**Figura 7.7.:** Mapa de zonas calientes 3. Castilla y León



Elaboración propia a partir del programa estadístico R

A continuación, se muestra el mapa con las zonas calientes de las localizaciones donde más alojamientos de turismo rural hay, junto con el número de plazas. El paso final es el de crear una máscara del ráster construido con las áreas y eliminar las zonas que están fuera del mapa.

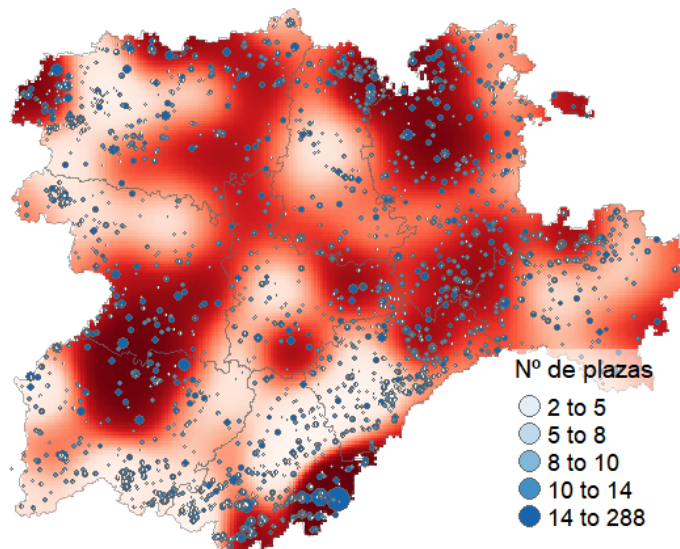
**Figura 7.8.:** Mapa de zonas calientes 4 y número de plazas 1. Castilla y León



Elaboración propia a partir del programa estadístico R

El resultado final del kriging es el siguiente mapa:

**Figura 7.9.:** Mapa de zonas calientes 5 y número de plazas 2. Resultado final. Castilla y León



Elaboración propia a partir del programa estadístico R

Observamos un mapa de zonas calientes, donde las áreas coloreadas de rojo oscuro representan las localizaciones donde hay más plazas y al contrario en las zonas más claras. A su vez se observan puntos, cuanto más grandes son los puntos, más plazas hay en la zona:

- León: zonas como el Bierzo, San Emiliano, Oseja de Sajambre, Riaño, Molinaseca, Las Médulas son algunas de las localizaciones que reciben más turistas en la provincia de León.
- Zamora: algunos de los pueblos destacados para escapadas rurales en Zamora son Puebla de Sanabria, Toro, Fermoselle y Benavente. Se observa una alta concentración en cuanto al número de plazas en estas zonas mencionadas.
- Salamanca: La Alberca, Miranda del Castañar, Béjar, Guijuelo, Ciudad Rodrigo y Ledesma son zonas con un alto número de plazas en alojamientos rurales.
- Palencia: La Montaña Palentina, Pico de Tres Mares, Ojeda, Valdavia, Ampudia y Dueñas, son algunas de las localizaciones más recurridas para hacer turismo rural. Hay una mayor concentración de plazas y alojamientos en la Montaña Palentina y Alto Campo.
- Valladolid: situada en la parte central de Castilla y León, no es una provincia que destaque por su alta concentración de alojamientos rurales ni plazas, esto es debido principalmente a que es considerada una ciudad más industrial. Algunas

de las zonas rurales más destacadas son Peñafiel, Medina del Campo, Olmedo, Tordesillas y Medina de Rioseco, entre otras.

- **Ávila:** destaca como lugar de preferencia para la escapada rural la Sierra de Gredos, donde se encuentra el mayor número de plazas de alojamientos, así mismo se encuentra en una zona de alta concentración de establecimientos rurales. El valle del Tiétar, situado al sur de la Sierra de Gredos, y el valle de Iruelas, situado en el Sistema central, cerca de la Sierra de Gredos, son zona con una alta tendencia al turismo rural. La sierra de Ávila también es un lugar bastante recurrente a la hora de hacer escapadas rurales ya no tanto por el número de establecimientos, si no por un elevado número de plazas para pernoctar los viajeros. Esta provincia, colindante con Madrid, es perfecta para realizar escapadas y desestresarse del agobio de la capital, destacan también sus paisajes naturales y la multitud de actividades que se pueden realizar en ellos.
- **Burgos:** es una provincia con una alta extensión en zonas rurales. Las Merindades, La Bureba, Ebro, Arlanza y Ribera del Duero son zonas con una alta concentración en cuanto al número de plazas se refiere.
- **Segovia:** provincia colindante con Madrid, recibe muchos turistas rurales, de ahí su amplia oferta en el número de plazas. Algunas de las zonas más visitadas son principalmente el Parque Nacional Sierra de Guadarrama, Las Hoces del Río Duratón y las Hoces del Río Riaza.
- **Soria:** provincia con una amplia oferta en el número de plazas, así como en establecimientos. Algunas de las zonas que destacan en turismo rural son los Arcos de San Juan de Duero, la Laguna Negra de Urbión, el Románico Soriano y Calatañazor.

En resumen, Castilla y León se ha convertido en una localización de turismo rural que atrae a multitud de viajeros a la región. Ofrece la posibilidad de disfrutar de la tranquilidad de la tierra, de la gastronomía, de las costumbres y de la riqueza monumental y paisajística de las localidades. Debido a su extensión, en comparación con otras regiones españolas, y a su atractivo natural, es uno de los destinos preferidos por parte de los viajeros para realizar turismo rural.

Si embargo, y como se ha comentado a lo largo de todo el trabajo, la crisis sanitaria global afecta a toda la población y a todos los sectores de actividad económica, incluido el turismo, que se ve azotado en gran medida por la nueva normalidad y las medidas de

confinamiento y restricciones poblacionales. El futuro es incierto y no se conoce el final de la crisis sanitaria y en consecuencia la económica, lo que si es cierto es que, es el momento de crear, innovar y ser resolutivos y tratar de superar estas barreras de la mejor manera posible.

## **8. CONCLUSIONES**

Los resultados obtenidos a lo largo del presente estudio son muy reveladores. Partiendo del objetivo principal, que se basaba en el diagnóstico de la situación actual del turismo rural en Castilla y León, hemos recabado las siguientes conclusiones:

- El incremento del turismo rural a lo largo de los años se debe a varios factores entre los que destacan los cambios en los gustos de los turistas, que ahora dan más valor a la personalización de los viajes, incluyendo actividades de aventuras, el interés por el medio ambiente, por el producto local y por la cultura rural.
- A pesar de la evolución a lo largo de los años, el turismo rural tiene mucho que mejorar. La diversificación de la oferta y de los servicios que aportan un valor añadido al establecimiento, no hacen más que responder a las exigencias de los viajeros, cada vez más informados y más exigentes. Por lo que puede considerarse un sector en desarrollo.
- Un gran reto futuro que mostraron los resultados del análisis es, sin duda, el incremento de la presencia del viajero extranjero, pues está muy por debajo de la presencia del turista nacional.
- Todo el mundo se encuentra ante un escenario atípico y nunca antes se había vivido una situación como la actual crisis sanitaria del Covid19. Se han conocido otras enfermedades infecciosas como el Ébola que han afectado a la población en lugares concretos, pero nunca antes se había paralizado la actividad económica y social en el mundo. De ahí la incertidumbre en cuanto al modo de actuar y las previsiones futuras, pues no hay con que comparar.
- Nos encontramos ante una crisis de dimensiones históricas y para afrontarla hay que conocer su dimensión. Actualmente no hay manera de definir con precisión los efectos de la misma. Un factor clave para obtener respuestas es el de la duración de la crisis, de momento, imprevisible. El regreso a la normalidad está siendo gradual y con muchas restricciones y normas de control, que se irán flexibilizando a medida que la situación mejore. Estas normas de control tienen grandes efectos en el sector del turismo por su carácter vinculante a la gestión de grupos de personas.
- A la crisis sanitaria, hay que añadir una previsible crisis económica mundial. La actividad económica se ha paralizado y ha aumentado en gran medida el

desempleo. Los destinos turísticos españoles en general, están preparando medidas para impulsar la recuperación del sector tras la crisis del coronavirus. Se recomienda en un primer momento apostar por el turismo nacional para ayudar a la recuperación económica.

- El sentimiento de miedo e incertidumbre de salir de la zona de confort por parte de los viajeros estará presente esta temporada. Para eliminar esta barrera es imprescindible tomar medidas preventivas y de control de posibles contagios. Adaptarse a las nuevas necesidades de los consumidores que exigen una garantía sanitaria y de seguridad es primordial para avanzar hacia la nueva normalidad.
- En contraprestación a todos los escenarios negativos, esta situación de crisis puede dar una oportunidad al sector de reposicionamiento en el mercado. Las zonas rurales o naturales tienen el beneficio de ser lugares donde el turismo generalmente no es masivo. El estar rodeado de naturaleza y de espacios abiertos, está ligado al bienestar para la salud, por lo que previsiblemente los viajeros elegirán este tipo de destinos. Además, están asociados a lugares de proximidad, en los que fácilmente puedes utilizar el transporte privado para desplazarte. Este movimiento está relacionado a su vez con la sostenibilidad. Son lugares con baja densidad poblacional, lo que hace pensar que son lugares más seguros frente a los contagios por Covid19.
- El turismo local y de naturaleza en épocas post Covid-19 toma mayor valor. Actualmente realizar traslados internacionales es más complicado, así como realizar viajes de distancias más largas, además de requisitos que impiden aglomeraciones y contactos masivos.



## 9. REFERENCIAS

Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. (2020) Turismo post Covid-19. El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación. <https://aecit.org/uploads/public/DOCUMENTO.covid-19%20y%20turismo.pdf>

ArcGis Pro. Cómo funciona Kriging. Recuperado de <https://pro.arcgis.com/es/pro-app/tool-reference/3d-analyst/how-kriging-works.htm>

Bivand, R. S., Gómez Rubio, V. & Pebesma, E.J. (2008) Applied Spatial Data. Analysis with R. Springer

Bivand, R. S., Pebesma, E., Gomez-Rubio, V., (2013) Applied spatial data analysis with R, Second edition. Springer, NY. <https://asdar-book.org/>

Bivand, R., Keitt, T., & Rowlingson, B., (2019) rgdal: Bindings for the 'Geospatial' Data Abstraction Library. R package version 1.4-8. <https://CRAN.R-project.org/package=rgdal>

Campón Cerro, A.M. & Hernández Mogollón, J.M. (2014) El turista rural español y sus niveles de satisfacción y lealtad hacia los destinos de turismo rural. Cultura, desarrollo y nuevas tecnologías: VII jornadas de investigación en turismo. 105-125. <https://idus.us.es/handle/11441/53055;jsessionid=8EF2B037AFB1D8C581A5B16468A0DFB1>

Cánoves, G., Blanco, A. & Herrera, L. (2006) Turismo rural en España: Un análisis de la evolución en el contexto europeo. Cuadernos Geográficos, 77, 41-58. [https://www.uv.es/cuadernosgeo/CG77\\_041\\_058.pdf](https://www.uv.es/cuadernosgeo/CG77_041_058.pdf)

Cánoves, G., Duro, J. A. & Garay, L. (2012) Turismo rural en España: Avances y retrocesos en los últimos veinte años. Papers de turisme, 51, 7-21. <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/194/161>

Cánoves, G., Villarino, M., Cuesta, L. & Herrera, L. (2004) Turismo rural en Cataluña y Galicia: algunos problemas sin resolver. Cuadernos Geográficos, 34, 111-128. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1004318>

Cánoves, G., Villarino Pérez, M., Priestley, G. K. & Blanco Romero, A. (2004) Rural tourism in Spain: An analysis of recent evolution. *Geoforum*, 35, 755-769. <https://www.researchgate.net/publication/222546158> Rural

Cánoves Valiente, G. & Villarino Pérez, M. (2000) Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 37, 51-77. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=88217>

Cárdenas García, P. J. & Pulido Fernández, J. I. (2011) El turismo rural en España. Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 56, 155-176. <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/1348/1271>

Chasco, C. (2006) Análisis estadístico de datos geográficos en geomarketing: el programa GeoDa. *Distribución y Consumo* 86, 34-45. <https://www.researchgate.net/publication/28281725> Análisis estadístico de datos geográficos en geomarketing el programa GeoDa

Cliquet, G. (2006) *Geomarketing. Methods and Strategies in Spatial Marketing*. ISTE

Clubrural (2019) Barómetro del turismo rural en España. Segundo semestre 2019. <https://www.clubrural.com/barometro-turismo-rural/barometro-turismo-rural-2-semester-2019.pdf>

Del Río Posada, J. (2016) El turismo rural en Castilla y León: 1967-2017: Pasado, presente y futuro. *Revista de Investigaciones Turísticas*, 13, 105-131. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5607423>

Dunnington, D., (2020) ggspatial: Spatial Data Framework for ggplot2. R package version 1.1.1. <https://CRAN.R-project.org/package=ggspatial>

España. Real Decreto 555/2020, de 20 de junio, por el que se prorroga el estado de alarma declarado por el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. BOE, de 6 de junio de 2020, núm. 159, pp.8. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2020/BOE-A-2020-5767-consolidado.pdf>

España. Orden SND/257/2020, de 19 de marzo, por la que se declara la suspensión de apertura al público de establecimientos de alojamiento turístico, de acuerdo con el artículo 10.6 del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. BOE, de 19 de marzo de 2020, núm. 75, pp. 26298. <https://www.boe.es/boe/dias/2020/03/19/pdfs/BOE-A-2020-3892.pdf>

España. Ley 14/2010, de 9 de diciembre, de turismo de Castilla y León. BOE, de 30 de diciembre de 2010, núm. 317, pp, 108894. <https://www.boe.es/eli/es-cl/l/2010/12/09/14/dof/spa/pdf>

GlobalWbIndex (2020) Coronavirus Research. <https://www.globalwebindex.com/coronavirus>

Hiemstra, P. H., Pebesma, E. J., Twenhofel, C. J. W. & G. B. M. Heuvelink, (2008) Real-time automatic interpolation of ambient gamma dose rates from the Dutch Radioactivity Monitoring Network. *Computers & Geosciences*, accepted for publication.

Hosteltur (2020) El ICTE lanza un sello de “turismo seguro” para generar confianza. [https://www.hosteltur.com/136565\\_el-icte-lanza-un-sello-de-turismo-seguro-para-generar-confianza.html](https://www.hosteltur.com/136565_el-icte-lanza-un-sello-de-turismo-seguro-para-generar-confianza.html)

Hosteltur (2020) El turismo rural y de naturaleza serán los primeros en recuperarse. [https://www.hosteltur.com/136189\\_el-turismo-rural-y-de-naturaleza-seran-los-primeros-en-recuperarse.html](https://www.hosteltur.com/136189_el-turismo-rural-y-de-naturaleza-seran-los-primeros-en-recuperarse.html)

IBM SPSS Statistics (Versión 25). (2017). [Programa estadístico]. IBM

INE, (2019) Datos abiertos. Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos extrahoteleros. [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176963&menu=ultiDatos&idp=1254735576863](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176963&menu=ultiDatos&idp=1254735576863)

INE, (2020) Notas de prensa: Encuestas de ocupación en alojamientos turísticos extrahoteleros. <https://www.ine.es/daco/daco42/ocuptr/eoat0720.pdf>

Ivars Baidal, J. A. (2000) Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades. *Investigaciones Geográficas*, 59-88. <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/388/1/Ivars-Baidal-Turismo-y-espacios.pdf>

Junta de Castilla y León. (2020) Registro de establecimientos de turismo rural. Datos abiertos. [https://datosabiertos.jcyl.es/web/jcyl/set/es/turismo/turismo\\_rural/1284211842462](https://datosabiertos.jcyl.es/web/jcyl/set/es/turismo/turismo_rural/1284211842462)

Junta de Castilla y León. (2019) Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León. Resultados 2019. <https://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/boletines-coyuntura>

Junta de Castilla y León. (2019) Plan estratégico de turismo de Castilla y León. <https://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/planes-estrategicos/plan-estrategico-turismo-castilla-leon-2019-2023>

Lansley, G. & Cheshire, J. (2016) An introduction to spatial data analysis and visualisation in R. <https://rpubs.com/oscmo/274869>

López, C (2020) El turismo rural después de la crisis del coronavirus. <https://www.escapadarural.com/blog/el-turismo-rural-despues-de-la-crisis-del-coronavirus/>

Neuwirth, E. (2014) RColorBrewer: ColorBrewer Palettes. R package version 1.1-2. <https://CRAN.R-project.org/package=RColorBrewer>

Pebesma, E. (2018) Simple Features for R: Standardized Support for Spatial Vector Data. *The R Journal* ,10,1, 439-446, <https://doi.org/10.32614/RJ-2018-009>

Pebesma, E. J., R.S. Bivand, (2005) Classes and methods for spatial data in R. *R News* 5 (2), <https://cran.r-project.org/doc/Rnews/>

Peñarubia Zaragoza, M. P. Aproximación a la aplicación del geomarketing a la renovación de destinos turísticos de litoral. Departamento de Geografía. Universidad de Valencia. <https://aecit.org/files/congress/19/papers/262.pdf>

R Core Team (2020) R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. URL <https://www.R-project.org/>

R Core Team (2020) Foreign: Read Data Stored by 'Minitab', 'S', 'SAS', 'SPSS', 'Stata', 'Systat', 'Weka', 'dBase', .... R package version 0.8-80. <https://CRAN.R-project.org/package=foreign>

Rico González, M. (2005) El turismo como nueva fuente de ingresos para el medio rural de Castilla y León. Cuadernos de turismo, 16, 175-195. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18331/17691>

Robert, J. Hijmans (2020) Raster: Geographic Data Analysis and Modeling. R package version 3.1-5. <https://CRAN.R-project.org/package=raster>

Rodríguez Del Bosque, I.A. (1997) La Comercialización De Servicios Turísticos: Nuevas herramientas de actuación. Revista Asturiana de Economía, 9, 79-93. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2939285>

Secretaría General de Turismo. (2007) Turismo 2020: Plan del Turismo Español Horizonte 2020. <https://www.tourspain.es/es-es/Conozcanos/Documents/HistoricoPoliticaTuristica/PlanTurismoEspanolHorizonte2020.pdf>

Statista. (2020) Número de turistas internacionales que visitaron España en 2019, por comunidad autónoma de destino principal [Gráfico]. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/475146/numero-de-turistas-internacionales-en-espana-por-comunidad-autonoma/>

Tennekes, M (2018) tmap: Thematic Maps in R. Journal of Statistical Software, 84, 6, 1-39. <https://doi.org/10.18637/jss.v084.i06>

Vizcaíno Ponferrada, M<sup>a</sup>. L. (2015) Evolución del turismo en España: el turismo cultural. International journal of scientific management and tourism, 4, 75-95. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665969>

Wickham, H. (2016) ggplot2: Elegant Graphics for Data Analysis. Springer-Verlag New York

Wickham, H., François, R., Henry, L., & Müller, K., (2020) dplyr: A Grammar of Data Manipulation. R package version 0.8.5. <https://CRAN.R-project.org/package=dplyr>

World Tourism Organization. (2020) World Tourism Barometer, 18, 1, 1-6.  
[https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/UNWTO\\_Barom20\\_01\\_January\\_excerpt.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/UNWTO_Barom20_01_January_excerpt.pdf)

## ANEXOS

### ANÁLISIS CLUSTER DE LA VARIABLE NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS ABIERTOS \*100.000 HABITANTES

```

DATASET DECLARE D0.8484054437875843.
PROXIMITIES   An2010 An2011 An2012 An2013 An2014 An2015 An2016 An2017
An2018 An2019
/MATRIX OUT(D0.8484054437875843)
/VIEW=VARIABLE
/MEASURE=SEUCLID
/PRINT NONE
/STANDARDIZE=VARIABLE NONE.

CLUSTER
/MATRIX IN(D0.8484054437875843)
/METHOD WARD
/PRINT SCHEDULE
/PLOT DENDROGRAM VICICLE.

```

#### Historial de conglomeración

Etapa	Clúster combinado		Coeficientes	Primera aparición del clúster de etapa		Etapa siguiente
	Clúster 1	Clúster 2		Clúster 1	Clúster 2	
1	9	10	61,656	0	0	4
2	4	5	135,663	0	0	5
3	2	3	721,413	0	0	7
4	8	9	1413,552	0	1	8
5	4	6	2260,226	2	0	7
6	1	7	4908,208	0	0	9
7	2	4	7682,459	3	5	8
8	2	8	14999,329	7	4	9
9	1	2	23458,628	6	8	0

En la tabla historial de conglomerado, podemos observar que la columna de coeficientes va incrementándose a lo largo de las etapas. Las primeras etapas, corresponden a las distancias más pequeñas entre individuos y va aumentando a medida que se cambia de fase.

La primera etapa, combina el clúster 9 y 10, ambos corresponden al año 2018 y 2019 respectivamente. Estos clústeres tienen una distancia de 61,656. Así mismo vemos que en la etapa 4, ambas variables vuelven a aparecer para formar otro clúster homogéneo.

Para una interpretación más completa, es conveniente que se analice junto con el dendrograma que se ha incluido anteriormente.

## ANÁLISIS CLUSTER DE LA VARIABLE NÚMERO DE PLAZAS EN LOS ESTABLECIMIENTOS ABIERTOS \*100.000 HABITANTES

```

DATASET DECLARE D0.18616146059756478.
PROXIMITIES   An2010 An2011 An2012 An2013 An2014 An2015 An2016 An2017
An2018 An2019
/MATRIX OUT(D0.18616146059756478)
/VIEW=VARIABLE
/MEASURE=SEUCLID
/PRINT NONE
/STANDARDIZE=VARIABLE NONE.

CLUSTER
/MATRIX IN(D0.18616146059756478)
/METHOD WARD
/PRINT SCHEDULE
/PLOT DENDROGRAM VICICLE.

```

### Historial de conglomeración

Etapa	Clúster combinado		Coeficientes	Primera aparición del clúster de etapa		Etapa siguiente
	Clúster 1	Clúster 2		Clúster 1	Clúster 2	
1	3	4	869,054	0	0	2
2	3	5	2173,105	1	0	3
3	2	3	5436,111	0	2	7
4	7	8	10315,534	0	0	8
5	9	10	15869,210	0	0	8
6	1	6	24063,305	0	0	7
7	1	2	42844,173	6	3	9
8	7	9	72699,913	4	5	9
9	1	7	369908,502	7	8	0

(Se interpreta de la misma manera que el análisis anterior).



## SCRIP COMPLETO ANÁLISIS GEOESTADÍSTICO

```

# Se dispone de un fichero con un SpatialPolygonsDataFrame de las provincias
# Se conocen las posiciones de 2585 casas de turismo rural en Castilla y León
# y el número de plazas ofertadas.
# Se ha comprobado que hay coordenadas duplicadas para algunas casas rurales,
# por lo que deberemos sumar (agregar) las plazas ofertadas que hay para una misma coordenada.
# Realice un Kriging para predecir la variable correspondiente a las plazas ofertadas.
# Superponga el resultado obtenido sobre el mapa con los municipios de Castilla y León.
# Interprete los resultados.
rm(list=ls())
setwd(dirname(rstudioapi::getActiveDocumentContext()$path))
library(sp)
library(rgdal)
library(ggspatial)
library(dplyr)
library(foreign)
##### Importación de ficheros
# shp <-readOGR("D:/TFG_2020/ANDREA/TurismoRural/Municipios_CYL/Municipios.shp",
use_iconv = TRUE, encoding = "UTF-8")
shp <- readOGR("provincias/Provincias.shp", use_iconv = TRUE, encoding = "UTF-8")
#dfTRA <- read.csv(file="Andrea_TurismoRural_AgregProvincias/TR.csv", header=TRUE,
sep=";")
dfTR <-read.spss(file="sav/CYLM.sav",to.data.frame = TRUE,trim.factor.names = TRUE)
dfTR <- dfTR[!is.na(dfTR$Plazas),]
dfTR$Provincia <- trimws(dfTR$Provincia)
dfTRSUMADO = aggregate(dfTR$Plazas, by=list(lat=dfTR$GPSLatitud,
long=dfTR$GPSLongitud), FUN=sum)
##Comprobación de datos
nrow(dfTR)
nrow(dfTRSUMADO)
dfTR%>%
  dplyr::select(Provincia, Plazas)%>%
  group_by(Provincia)%>%
  summarise(nplazas=sum(Plazas))%>%

```

```

  arrange(desc(nplazas))
class(shp) # "SpatialPolygonsDataFrame"
class(dfTRSUMADO) # data.frame
##### Shape
class(shp) # Objeto sp SpatialPolygonsDataFrame
# shp
# crs: +proj=merc +a=6378137 +b=6378137 +lat_ts=0.0 +lon_0=0.0 +x_0=0.0 +y_0=0 +k=1.0
+un
shp.WGS84 <- spTransform(shp, CRS("+proj=longlat +datum=WGS84"))
class(shp.WGS84)
shp.WGS84@proj4string
# British National Grid (27700)
shp.27700 <- spTransform(shp.WGS84, CRS("+init=epsg:27700"))
plot(shp.27700) # Dibuja las provincias
head(shp)
# Codigo  Texto Texto_Alt Cod_CCAA      CCAA
# 0   05  Ávila  Ávila   07 Castilla y León
# 1   09  Burgos  Burgos   07 Castilla y León
##### OBJETIVO, AGREGAR LAS PLAZAS DE TURISMO RURAL POR
PROVINCIA
# Primero imprimimos las provincias con un plot
plot(shp.27700, pch=16, cex=0.5)
llgridlines(shp.27700, lty= 3,
             side = "WS", offset = .1, col="red") # rgdal
# Agrega las plazas de turismo rural por provincia
dfPAgr.Prov <- aggregate(dfTR[, "Plazas"], by=list(dfTR$Provincia), FUN=sum)
# Cambia el nombre de la primera variable Group.1 a Provincia
colnames(dfPAgr.Prov)[1] <- "Texto"
oo <- sp::merge(shp.27700, dfPAgr.Prov, by="Texto")
plot(oo, col=oo$x)
spplot(oo, "x", main = "Número de plazas por provincia",
       col = "transparent")
# Cambiar colores
library(RColorBrewer)
display.brewer.all()

```

```

my.palette <- brewer.pal(n = 9, name = "OrRd")
# n es número de colores diferentes en la paleta, mínimo 3, máximo dependiendo de la paleta.
# cuts indica el número de cortes en la parte de la derecha. Si ponemos 6 hace 7 intervalos
spplot(oo, "x", main = "Título de la parte superior", sub = "Título de la parte inferior",
       col = "transparent", col.regions = my.palette, cuts = 6)
# Dibuja el perfil de las provincias
spplot(oo, "x", main = "Número de plazas por provincia",
       col.regions = my.palette, cuts = 6)
my.palette2 <- c(brewer.pal(n = 9, name = "Blues"), "black")
spplot(oo, "x", main = "Número de plazas por provincia",
       col.regions = my.palette2, cuts = 10, at = seq(1000,6200,(6200-1000)/10))
cord.dec = SpatialPoints(cbind(dfTR$GPSLongitud, -dfTR$GPSLatitud), proj4string =
CRS("+proj=longlat"))
#Establecer coordenada existente como sistema de referencia latitud-longitud
#Transformando coordenadas a UTM usando EPSG= 32748 para WGS= 84, Zona UTM=48M,
#Hemisferio Sur)
cord.UTM <- spTransform(cord.dec, CRS("+init=epsg:32748"))
cord.UTM

```

## SEGUNDA PARTE DEL SCRIP DEL ANÁLISIS GEOESTADÍSTICO. KRIGING

```

rm(list=ls())
library(sp)
library(rgdal)
library(ggspatial)
library(sf)
library(tmap)
library(ggplot2)
setwd(dirname(rstudioapi::getActiveDocumentContext()$path))
##### Importación de ficheros
# shp <- readOGR("D:/TFG_2020/ANDREA/TurismoRural/Municipios_CYL/Municipios.shp",
use_iconv = TRUE, encoding = "UTF-8")
shp <- readOGR("provincias/Provincias.shp", use_iconv = TRUE, encoding = "UTF-8")

```

```

#dfTR <- read.csv(file="Andrea_TurismoRural_AgregProvincias/TR.csv", header=TRUE,
sep=";")
dfTR <-read.spss(file="sav/CYLM.sav",to.data.frame = TRUE,trim.factor.names = TRUE)
dfTR <- dfTR[!is.na(dfTR$Plazas),]
dfTR$Provincia <- trimws(dfTR$Provincia)
# extent : -787854.5, -197633.3, 4877931, 5348365 (xmin, xmax, ymin, ymax) ; crs :
+proj=merc +a=6378137 +b=6378137 +lat_ts=0.0 +lon_0=0.0 +x_0=0.0 +y_0=0 +k=1.0
+units=m +nadgrids=@null +no_defs
# Longitud, latitud. Coordenadas geográficas
class(shp) # "SpatialPolygonsDataFrame"
class(dfTR) # data.frame
##### Shape
class(shp) # Objeto sp SpatialPolygonsDataFrame
# shp
# crs: +proj=merc +a=6378137 +b=6378137 +lat_ts=0.0 +lon_0=0.0 +x_0=0.0 +y_0=0 +k=1.0
+un
shp.WGS84 <- spTransform(shp, CRS("+proj=longlat +datum=WGS84"))
class(shp.WGS84)
shp.WGS84@proj4string
plot(shp)
llgridlines(shp, lty= 3,
side = "WS", offset = .1, col="red") # rgda
# British National Grid (27700)
shp.27700 <- spTransform(shp.WGS84, CRS("+init=epsg:27700"))
head(shp.27700)
plot(shp.27700)
llgridlines(shp.27700, lty= 3,
side = "WS", offset = .1, col="red") # rgda
# Hay que cambiar el CRS de dfTR a 27700
##### Agregación de las plazas de turismo rural por coordenadas
#### El motivo es que hay varios casos de plazas de turismo rural con las mismas coordenadas
(están en el mismo sitio)
df.Agr <-
aggregate(dfTR[, "Plazas"], by=list(dfTR$GPSLongitud,dfTR$GPSLatitud),FUN=sum)
head(df.Agr)

```

```

# Group.1 Group.2 x
# 1 -5.229385 40.11933 14
# 2 -5.241492 40.15311 14
# 3 -5.240910 40.15521 5
# 4 -5.243762 40.15524 26
# 5 -5.310310 40.15947 8
# 6 -5.290950 40.16133 4

class(df.Agr)      # data.frame
colnames(df.Agr) <- c("long","lat","Plazas")

##### Convertimos el dataframe en un objeto espacial
coordinates(df.Agr)<-~long + lat
# proj4string(df.Agr) <- CRS("+init=EPSG:3857")
proj4string(df.Agr) <- CRS("+proj=longlat +datum=WGS84")
plot(df.Agr, col="red")
plot(df.Agr)
lgridlines(df.Agr, lty= 3,
            side ="WS", offset = .1, col="red") # rgda
##### Impresión con CRS WGS84
tm_shape(shp) +
  tm_polygons("grey90")+
  tm_shape(df.Agr)+
  tm_dots(col = "#FB6A4A", size = 0.04, shape = 1, alpha = 0.5)
tm_shape(shp) +
  tm_polygons("white")+
  tm_shape(df.Agr)+
  tm_dots(col = "#FB6A4A", size = 0.04, shape = 1, alpha = 1)
##### Impresión con British National Grid (27700)
df.Agr.27700 <- spTransform(df.Agr, CRS("+init=EPSG:27700"))
shp.27700 <- spTransform(shp, CRS("+init=EPSG:27700"))
tm_shape(shp.27700) +
  tm_polygons("white")+
  tm_shape(df.Agr.27700)+
  tm_dots(col = "#FB6A4A", size = 0.04, shape = 1, alpha = 1)
##### Impresión con Burbujas
df.Agr.27700 <- spTransform(df.Agr, CRS("+init=EPSG:27700"))

```

```

shp.27700 <- spTransform(shp, CRS("+init=EPSG:27700"))
tm_shape(shp.27700) +
  tm_polygons("white", convert2density=TRUE)+
  tm_shape(df.Agr.27700)+
  # tm_dots(col = "#FB6A4A", size = 0.04, shape = 1, alpha = 1) +
  tm_bubbles(size="Plazas", col="red")
polys <- st_read("provincias/Provincias.shp")
points <- st_as_sf(df.Agr.27700, coords = c("long", "lat"), crs=CRS("+init=EPSG:27700"))
ggplot(polys) +
  geom_sf() +
  geom_sf(data = points, color = "red")
# Se va a crear un grid para que no haya problema con límites de CYL en blanco
new_bbox <- st_bbox(df.Agr.27700)
A <- 1000
B <- 2000
# install.packages("automap")
library(automap)
##### Kriging con variograma automático
# Hacer algunas ubicaciones de predicciones y ponerlas en formato sp
pred <- expand.grid(seq(new_bbox[1]-A,new_bbox[3]+8*A,by=B), seq(new_bbox[2]-
A,new_bbox[4]+A,by=B))
pred <- cbind(pred[,1], pred[,2])
pred <- SpatialPoints(pred)
plot(pred)
bbox(pred)
kriging_result <- autoKrige(df.Agr.27700$Plazas~1, df.Agr.27700, new_data=pred)
plot(kriging_result, pch=19)
summary(kriging_result)
class(kriging_result)
# Convertimos datos en dataframe para utilizar mapas y cambiamos las columnas
kriging_result_A <- data.frame(kriging_result[[1]])
names(kriging_result_A)
names(kriging_result_A)[1:3] <- c("long", "lat", "prediction")
head(kriging_result_A)
# Crea spatial points data frame SpatialPointsDataFrame

```

```
library(raster)
spg <- kriging_result_A
coordinates(spg) <- ~ long + lat
class(spg)
str(spg)
# coerce a SpatialPixelsDataFrame
gridded(spg) <- TRUE
class(spg)
plot(spg)
# coerce a raster
library(raster)
raster_spg <- raster(spg)
# establece la proyección en British National Grid
projection(raster_spg) <- CRS("+init=EPSG:27700")
dev.off()
# plot el raster en 2D
plot(raster_spg)
# Overlap
tm_shape(raster_spg) + tm_raster("prediction", style = "quantile",
                                n = 1000, palette = "Reds", legend.show = FALSE) +
  tm_shape(shp.27700) + tm_borders(alpha=.5)
# Overlap con puntos
tm_shape(raster_spg) + tm_raster("prediction", style = "quantile", n = 1000, palette =
"Reds", legend.show = FALSE) +
  tm_shape(shp.27700) + tm_borders(alpha=.5) +
  tm_shape(df.Agr.27700) + tm_bubbles(size = "Plazas", col = "Plazas", palette = "Blues", style
= "quantile", legend.size.show = FALSE, title.col = "N° de plazas") +
  tm_layout(legend.position = c("right", "bottom"), legend.text.size = 1.1, legend.title.size = 1.4,
frame = FALSE,
            legend.bg.color = "white", legend.bg.alpha = 0.5)
rdo <- mask(raster_spg, shp.27700)
plot(rdo)
tm_shape(rdo) + tm_raster("prediction", style = "quantile", n = 500, palette = "Reds", legend.show
= FALSE) +
  tm_shape(shp.27700) + tm_borders(alpha=.5) +
```

```
tm_shape(df.Agr.27700) + tm_bubbles(size = "Plazas", col = "Plazas", palette = "Blues", style
= "quantile", legend.size.show = FALSE, title.col = "Nº de plazas") +
tm_layout(legend.position = c("right", "bottom"), legend.text.size = 1.1, legend.title.size = 1.4,
frame = FALSE,
legend.bg.color = "white", legend.bg.alpha = 0.5)
```