



Asepelt  
España

# Comunicaciones XIV Reunión

UNA APROXIMACIÓN AL SECTOR TURÍSTICO EN  
CASTILLA-LA MANCHA

*Dioni Elche Hortelano* - [delche@arg-cu.uclm.es](mailto:delche@arg-cu.uclm.es)  
Universidad de Castilla-La Mancha

## Anales de Economía Aplicada

Oviedo 2<sup>3</sup>  
Junio 2000 4



Reservados todos los derechos.

Este documento ha sido extraído del CD Rom “Anales de Economía Aplicada. XIV Reunión ASEPELT-España. Oviedo, 22 y 23 de Junio de 2000”.

ISBN: 84-699-2357-9

# **UNA APROXIMACIÓN AL SECTOR TURÍSTICO EN** **CASTILLA-LA MANCHA**

Dioni Elche Hortelano  
Área de Organización de Empresas  
Departamento de Economía y Empresa  
Universidad de Castilla-La Mancha

## **Introducción**

El turismo, como actividad económica, no sólo es consecuencia del desarrollo producido en las sociedades industrializadas, sino que puede ser, y es en muchos casos factor de dicho desarrollo (CALS, 1974). Este último hecho tiene especial relevancia en zonas que presentan un bajo grado de desarrollo económico y, además, una escasa tradición turística como Castilla-La Mancha. No obstante, antes de estudiar de forma pormenorizada la actual situación del mercado turístico regional haremos un análisis espacial del turismo a escala mundial y nacional. La trascendencia del sector turístico no sólo se manifiesta en las cifras que se barajan a distintos niveles, sino en el potencial de crecimiento que presenta el sector, principalmente en zonas sin demasiada opulencia económica.

El objetivo de este trabajo es poner de manifiesto las posibilidades que ofrece la industria turística en la promoción económica de áreas deprimidas, configurándose el sector turístico como un sector estratégico dentro del panorama económico de dichas zonas.

### **1. Principales destinos turísticos mundiales**

Los movimientos turísticos internacionales muestran un importante potencial de crecimiento. En los últimos años el turismo mundial ha sufrido un fuerte impacto debido a la crisis económica de los países asiáticos, no obstante, según los datos

publicados por la Organización Mundial de Turismo (OMT), los resultados obtenidos en el sector el pasado año reflejan una total recuperación de la actividad turística.

Las llegadas de turistas internacionales en 1999 alcanzaron la cifra de 657 millones, con un incremento sobre el año anterior del 3,2%. Los ingresos realizados por turismo en el mundo sumaron un total de 455 millones de dólares, al igual que las visitas aumentaron en torno al 3%.

Al desagregar los anteriores resultados por áreas geográficas se pone de manifiesto la vulnerabilidad del turismo ante los conflictos socioeconómicos, políticos o los desastres naturales, mermando sustancialmente la entrada de turistas en aquellos países afectados.

La región turística que acaparó la mayor cuota de mercado del mundo fue Europa con un 58,7%, alzándose como el primer destino turístico mundial. El notable descenso sufrido en la llegada de turistas durante los dos últimos años -en 1999 tan solo aumentó un 1%- es consecuencia directa de los conflictos bélicos de la zona oriental. A pesar de que los países de Europa Occidental mantuvieron un buen ritmo de crecimiento como España (8,8%) y Grecia (5%) no pudieron compensar las bajadas soportadas por Turquía (24,1%), Croacia (17,3%) y Hungría (13,8%).

El continente americano en su conjunto abarca cerca del 20% del mercado mundial, con un aumento del 3,8% de las llegadas de turistas en el pasado año, se recupera lentamente del bache sufrido en el período 97-98. Los artífices de esta recuperación son fundamentalmente Estados Unidos, principal destino americano con una cuota de mercado del 37% del continente y que pasó de tener un decrecimiento porcentual del 2,8 en 1998 al 1,3 en el año pasado, y México que se recupera con un exiguo 2% de la caída soportada en el año 1997 del 9,6%. Los flujos turísticos en América Central y Sudamérica alcanzaron en 1999 cotas muy elevadas, con crecimientos anuales del 29% y 23% en Guatemala y Argentina, respectivamente. Sin embargo, su escasa participación en el mercado hace que estos datos carezcan de demasiada importancia. Los países caribeños se situaron en una posición intermedia, la variación anual de las llegadas de turistas en términos porcentuales fueron en el año pasado en Cuba el 16 y en la República Dominicana el 12,6. Cabe destacar en esta región el descenso de Puerto Rico con un 10,4% en el último año.

Asia Oriental y el Pacífico se han consolidado como una importante región en el turismo mundial, actualmente participa en el mercado con una cuota del 14,3%. Después de dos años de fuertes descensos en las llegadas de turistas producidos por la

crisis económica, muestra una potente recuperación pasando de -1,2 al 7,5% de crecimiento anual. China es una de las piezas claves en esta recuperación pues su cuota de mercado dentro de esta región se acerca al 30% y las llegadas de turistas crecieron el año pasado un 7,9%. Japón también consiguió una gran remontada turística, del decrecimiento del 2,7% en 1998 pasó al 9,6% en 1999.

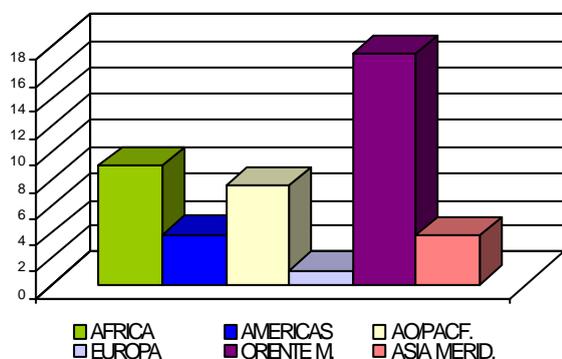
Africa muestra un crecimiento de las llegadas de turistas del 9%. Los mejores resultados se registraron en Marruecos con un aumento porcentual de 21,8 en el año pasado.

Oriente Medio representa un área bastante reducida en el contexto turístico mundial con una cuota de mercado del 2,7%. No obstante, el vertiginoso despegue alcanzado el pasado año, con un crecimiento del 17,5%, resalta el interés turístico que presenta esta región y dentro de ella Egipto como destino principal, en este país se dio la mayor recuperación, la variación porcentual anual pasó de -12,1 en 1998 a 39,7 en 1999.

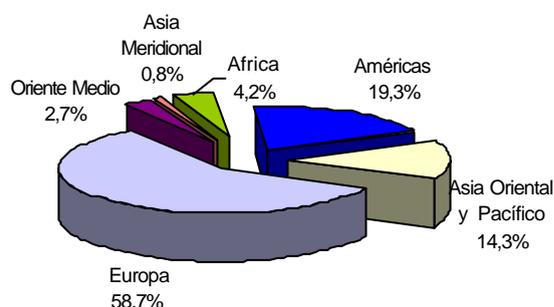
Asia Meridional es la región turística más pequeña con tan solo el 0,8% de participación en el mercado mundial, el crecimiento del 3,7% de las llegadas en 1999 descendió con respecto a períodos anteriores.

Los gráficos 1 y 2 muestran el aumento de turistas durante el pasado año en las diferentes regiones del mundo, así como la distribución del mercado turístico entre las mismas.

**Gráfico 1. Crecimiento de las llegadas de turistas en 1999**



**Gráfico 2. Distribución del mercado turístico mundial en 1999**



Fuente: OMT (elaboración propia)

En el ámbito mundial los diez primeros destinos turísticos en según el *ranking* elaborado por la OMT son, por este orden, Francia, España, Estados Unidos, Italia, China, Reino Unido, México, Canadá, Polonia y Austria.

En cuanto a los mercados emisores cabe destacar la enorme importancia del turismo intrarregional, los turistas prefieren viajar a países dentro de su propia área. El caso más acusado lo presenta Europa ya que el 90% de sus visitas las realizan los propios europeos. En América y Asia Orienta/Pacífico el turismo interno se aproxima al 75% y en Africa al 65%.

Los flujos turísticos analizados muestran que Europa es el mercado turístico más desarrollado, tanto en términos de recepción como de emisión de turistas. Debido a este grado de desarrollo el ritmo de crecimiento de esta región se está ralentizado en los últimos años, así, otras zonas recientemente descubiertas y con economías en vías de desarrollo emergen en el panorama turístico mundial con un enorme potencial de crecimiento turístico. En la tabla 1 se recogen las perspectivas de futuro de las llegadas internacionales de turistas a escala mundial, según datos publicados por la OMT.

**Tabla 1. Evolución de las llegadas internacionales de turistas (millones).**

	1995	2000	2010	2020	(%)*
<b>Europa</b>	336	393	527	717	3,1
<b>América</b>	110	130	190	282	3,8
<b>Asia O./Pacífico</b>	81	93	195	397	6,5
<b>Africa</b>	20	27	47	77	5,5
<b>Oriente Medio</b>	14	18	36	69	6,7
<b>Asia Meridional</b>	4	6	11	19	6,2
<b>TOTAL MUNDO</b>	565	668	1.006	1.561	4,1

Fuente: OMT

(\*) Porcentaje medio de crecimiento anual

### **3. El sector turístico en España.**

Desde los años cincuenta, el turismo ha jugado un papel clave en la economía española, contribuyendo de forma decisiva al desarrollo del país. Las divisas entradas en la década de los sesenta por el turismo financiaron el desarrollo industrial y, por tanto, el despegue económico. En la actualidad, el turismo continúa siendo una de las

actividades económicas más influyentes en la estructura productiva nacional, permaneciendo como elemento estabilizador de los saldos externos por cuenta corriente en la Balanza de Pagos.

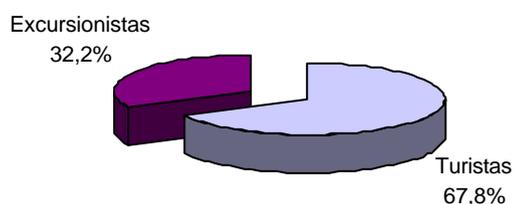
El pasado año España se reafirmó como el segundo destino turístico a escala mundial con casi 52 millones de llegadas de turistas internacionales, situándose en el tercer lugar en términos de ingresos por turismo, superando los 25.000 millones de dólares, según datos publicados recientemente por la OMT.

El total de visitantes que cruzaron las fronteras españolas en el pasado año alcanzó la cifra de 76,3 millones, de los cuales el 67,7% se consideran turistas (51.771.783) por haber realizado al menos una pernoctación, conceptuando al resto como excursionistas (24.620.100). Según la estadística Movimientos Turísticos en Fronteras del Instituto de Estudios Turísticos.

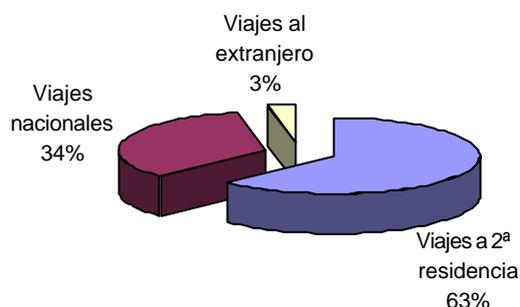
Los españoles realizaron casi 95 millones de viajes en 1999 (sólo existen datos hasta septiembre), en otros términos esto se conoce como turismo nacional. Dentro de este apartado debemos destacar la importancia que tienen en España los viajes de corta duración a segundas residencias, representan el 62,7% del total, alcanzando los 59,4 millones.

El turismo interno o viajes efectuados por españoles dentro del territorio nacional alcanzan los 32,5 millones, representando el 92% una vez excluidos los viajes recurrentes a segundas viviendas. Estos datos han sido publicados por el Instituto de Estudios Turísticos en la estadística Movimientos Turísticos de los Españoles.

**Gráfico 3. Entrada de visitantes extranjeros según tipología en 1999**



**Gráfico 4. Distribución de los viajeros españoles en 1999**



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos, 2000

Los destinos turísticos preferidos por los extranjeros son las Islas Baleares, Cataluña y Andalucía que acogieron a más del 63% de ellos en sus hoteles durante los diez primeros meses del año pasado, según la Encuesta de Ocupación Hotelera elaborada por el I.N.E. Asimismo, el litoral mediterráneo es la zona preferida por los españoles para realizar sus viajes nacionales, copando más del 50% del turismo interno, según datos del Instituto de Estudios Turísticos. En el turismo intrarregional juegan un papel importante los viajes cortos (entre una y tres noches) a segundas residencias, el origen de estos turistas se halla en las comunidades de Madrid, País Vasco, La Rioja, Navarra, Baleares y Cataluña, coincidiendo con las regiones que presentan una mayor renta per cápita, no es extraño, por tanto, que los habitantes de estas regiones sean los que posean mayoritariamente segundas viviendas.

Un hecho que debemos destacar respecto a los destinos turísticos es el espectacular crecimiento experimentado por algunas regiones sin tradición turística, Asturias es un claro ejemplo de esto, durante el pasado año las visitas se incrementaron en casi un 90%, La Rioja con un aumento del 51% y Aragón del 48%. Indudablemente, el auge turístico de estas zonas se debe a la proliferación de nuevas actividades de ocio y esparcimiento, es decir, de nuevas formas de turismo que se desarrollan generalmente en áreas no masificadas, por ello, en los últimos años están variando sustancialmente las regiones turísticas, no sólo en España, sino a escala mundial.

Los principales mercados emisores de turistas se encuentran dentro de la Unión Europea, los viajeros procedentes de Reino Unido, Alemania y Francia representan el 25,6%, 23,5% y 11,1%, respectivamente, de los visitantes extranjeros. El total de americanos que nos visitaron no llegó al 6% y con origen japonés sólo llegaron el 0,9% de los turistas. El mercado de turistas nacionales sufre igualmente una importante concentración, los españoles que más viajan son los residentes en Madrid, Andalucía y Cataluña, acaparando el 21,9%, 14,8% y 14%, respectivamente, del turismo interno

Una característica típica del turismo español es la concentración temporal, la estacionalidad de la demanda supone un grave problema para la industria turística. Las fechas con mayor afluencia de turistas son las que se corresponden con épocas vacacionales. Del total de turistas extranjeros que nos visitan el 46,7% lo hacen en verano, durante los meses de junio a septiembre. De igual manera el 54,7% de los españoles viajaron en verano y el 13,6% lo hicieron durante las vacaciones de Semana Santa. Sin embargo, los viajes a segundas residencias no presentan marcadas

fluctuaciones, manteniéndose constantes durante todo el año, incluso suelen descender en el mes de agosto, al contrario que en el resto de viajes.

Los motivos por los cuales viajan tanto extranjeros como españoles son, en primer lugar, las vacaciones, por esta causa nos visitaron en 1999 el 90% extranjeros y viajaron más del 70% de los españoles. En segundo lugar, las entradas de extranjeros por razones profesionales se aproximaron al 8%, mientras que los españoles no superaron el 4%. Las visitas a familiares y amigos tienen mayor importancia dentro del turismo nacional, los españoles que se desplazaron por este motivo dentro del territorio nacional alcanzaron el 16,3%, sin embargo, las visitas de extranjeros con dicho fin fueron tan solo del 3,7% del total de las realizadas en el año pasado.

En cuanto al tipo de alojamiento utilizado, los datos ofrecidos por el I.N.E. respecto a la temporada pasada reflejan que los viajeros optan mayoritariamente por los establecimientos hoteleros, tanto los extranjeros (68%) como los españoles (61% en el turismo emisor). Debemos destacar en este apartado que la utilización de los hoteles por los españoles en sus viajes internos varía notablemente, sólo usan los hoteles o similares en el 23% de los casos, mientras que la utilización de la vivienda de familiares o amigos se sitúa en el 42%.

Los establecimientos hosteleros alojaron en torno a 230 millones de turistas durante el año pasado, incrementándose en un 14,5% con respecto al año anterior. Del total de pernoctaciones, los visitantes extranjeros realizaron más de 148 millones con un aumento del 21%, mientras que los hospedajes producidos por los españoles aumentaron poco más del 4%.

La estancia media se situó en 4 días, aumentando ligeramente la permanencia en destino con respecto al año 1998. No obstante, debemos aclarar que la duración de la estancia varía significativamente dependiendo del destino, motivo del viaje y época en que se realice, los viajes con destinos costeros, por vacaciones y en la temporada de verano superan con creces la estancia media.

Con respecto al grado de ocupación de los establecimientos hoteleros durante el año 1999 alcanzó el 60% de media anual, como consecuencia de las fluctuaciones de la demanda, antes mencionadas, el aprovechamiento de la capacidad productiva de las empresas turísticas varía substancialmente dependiendo de la época del año.

El gasto realizado por el conjunto de turistas extranjeros durante el año pasado superó los 5 billones de pesetas, arrojando un saldo positivo en concepto de turismo dentro de la Balanza de Pagos en torno a los 4,216 billones de pesetas y con un aumento

respecto al año anterior de un 13,6%, según datos del Banco de España. Dentro del turismo nacional el gasto medio por persona y día es bastante reducido como consecuencia del elevado porcentaje de viajes a segundas residencias y el escaso gasto que realizan este tipo de turistas.

El medio de transporte utilizado por los turistas difiere bastante dependiendo de la procedencia de éstos. Los turistas extranjeros acceden principalmente por vía aérea en un 72%, mientras que los españoles utilizan el coche para sus recorridos nacionales en casi el 80% de las ocasiones.

La organización del viaje tiene relación directa con el transporte utilizado, del análisis de datos realizado deducimos que los españoles en sus viajes por territorio nacional no realizan ninguna reserva previa, mientras que los extranjeros suelen utilizar empresas intermediarias para realizar algún tipo de reserva antes de viajar.

#### **4. El mercado turístico de Castilla-La Mancha**

##### **4.1. La oferta turística de Castilla-La Mancha**

En este apartado estudiaremos la capacidad de recepción de turistas que tiene la región, así abordamos el tema analizando algunos datos sobre las empresas turísticas castellano-manchegas.

El total de establecimientos hoteleros de distintas categorías a finales del año 1999 es 823, sumando 26.959 plazas. De los cuales 197 son hoteles, 592 son hostales y pensiones y 34 fondas y casas. Las variaciones con respecto al año anterior se muestran en la tabla 2, en ella se observa el crecimiento de los hoteles y el gran descenso de las fondas y casas de huéspedes.

La composición de la oferta de establecimientos hoteleros ha variado notablemente en los últimos años. Desde 1995 el número de hoteles se ha incrementado en más del 23%, mientras que los hostales y pensiones sólo aumentaron en un 7%, así mismo, debemos destacar que las fondas y casas de huéspedes han sufrido una reducción de más del 55% en el número de establecimientos durante estos cuatro años (Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha).

Los cambios ocurridos en la oferta hotelera son muy significativos, la tendencia seguida en los últimos cuatro años ha ido en aumento de los establecimientos de

categorías más altas, reduciendo los de categorías inferiores. Este hecho muestra el esfuerzo realizado en incrementar los niveles de calidad de la oferta turística regional.

**Tabla 2. Evolución de los establecimientos hoteleros**

ESTABLECIMIENTOS	AÑO 1998		AÑO 1999		VARIACIÓN (%) 99/98	
	E	P	E	P	E	P
Hoteles	193	13.134	197	13.445	2,07	2,3
Hostales y Pensiones	586	12.797	592	12.927	1,03	1,01
Fondas y C. Huéspedes	58	907	34	587	-41,3	-35,2
<b>TOTAL</b>	<b>837</b>	<b>26.838</b>	<b>823</b>	<b>26.959</b>	<b>-1,67</b>	<b>0,45</b>

Fuente: Dirección General de Turismo, Comercio y Artesanía, 2000.

E: nº de establecimientos

P: nº de plazas

La Red Nacional de Paradores de Turismo cuenta con 8 establecimientos en Castilla-La Mancha que ofertan 466 plazas, atenuando en gran medida la escasez de oferta hotelera de lujo. Por su parte los 10 balnearios dispersos por la geografía regional contribuyen a la diversificación de la oferta de alojamiento turístico con 1.218 plazas.

El auge del turismo rural ha contribuido a la creación de casas rurales por toda la geografía castellano-manchega, pasando de 31 establecimientos en el año 1995 a los 226 censados a finales de 1999, esta cifra ha supuesto un incremento de aproximadamente el 50% con respecto al año anterior. En la actualidad, la oferta de alojamiento en casas rurales en la región asciende a 1.389 plazas.

Tras la regulación de las áreas de acampada libre por parte del Gobierno Regional, han proliferado los campings por toda la región, el censo a 31 de diciembre de 1999 es 33 establecimientos, ofertando un total de 10.277 plazas. El incremento de este tipo de alojamientos en el pasado año ha sido del 40% y en los últimos cuatro años de más del 80%.

**Tabla 3. Evolución de los establecimientos extrahoteleros**

ESTABLECIMIENTOS	AÑO 1998		AÑO 1999		VARIACIÓN (%) 99/98	
	E	P	E	P	E	P
Casas Rurales	154	956	226	1.389	46,7	45,2
Campings	31	9.733	33	10.277	9,5	5,5
<b>TOTAL</b>	<b>185</b>	<b>10.689</b>	<b>259</b>	<b>11.666</b>	<b>40</b>	<b>9,1</b>

Fuente: Dirección General de Turismo, Comercio y Artesanía, 2000.

E: nº de establecimientos

P: nº de plazas

La oferta de restauración adolece de los mismos problemas que la oferta de alojamiento, escasean los establecimientos de categorías altas. Incluyendo todos los tipos y categorías, hay 16.249 establecimientos de restauración, de los cuales 1.978 son restaurantes y 14.271 bares y cafeterías. No obstante, el incremento de restaurantes, un 3,7% con respecto al año anterior, ha sido muy superior al de cafeterías que aumentaron en un 2,1% y bares tan solo un 1,7%. La evolución en los últimos cuatro años muestra un incremento de los restaurantes de más del 20%, mientras que el aumento porcentual de los bares, en torno al 1,5%, ha sido mucho menor.

**Tabla 4. Evolución de los establecimientos de restauración**

ESTABLECIMIENTOS	AÑO 1998	AÑO 1999	VARIACIÓN (%)
	E	E	99/98
Restaurantes	1.907	1.978	3,7
Cafeterías	327	334	2,1
Bares	13.702	13.937	1,7
<b>TOTAL</b>	<b>15.936</b>	<b>16.249</b>	<b>1,9</b>

Fuente: Dirección General de Turismo, Comercio y Artesanía, 2000.

E: nº de establecimientos

Las agencias de viaje, por su parte, también han experimentado un importante crecimiento, en 1999 los establecimientos abiertos suman un total de 154, de las cuales 60 son casas centrales en la región, 32 son sucursales de las anteriores y 62 son sucursales de agencias que operan fuera de Castilla-La Mancha. El incremento de las mismas durante el pasado año se aproxima al 5% y en los últimos cuatro años ha sido de más del 26%.

En cuanto a las oficinas de turismo, en la actualidad, la región cuenta con 42 oficinas operativas. Resulta destacable el enorme aumento de las mismas, en 1999 se incrementaron con respecto al año anterior un 68% y más del 133% desde el año 1995.

En la distribución de la oferta turística regional destaca Toledo como núcleo concentrador de la mayor parte de la oferta, acaparando el 37% del total de las plazas ofertadas. En esta provincia se concentran el mayor porcentaje de plazas hoteleras casi el 28% y aproximadamente el 40% de restauración. Sin embargo, tiene el menor número de casas rurales que ofertan sólo el 6,3% de plazas de esta tipología.

Ciudad Real con aproximadamente el 20% de la oferta regional es la segunda provincia castellano-manchega con mayor equipamiento en hostelería y restauración

después de Toledo, abarcando altos porcentajes del conjunto de plazas regionales, cerca del 21% en ambos tipos de establecimientos. Sin embargo, de las plazas en casas rurales y campings Ciudad Real tiene tan solo con el 12% y 8,9% respectivamente.

La oferta de plazas en casas rurales, balnearios y campings predominan en Albacete y Cuenca. No obstante, ambas provincias presentan los menores porcentajes de plazas hoteleras y de restauración, así como en Paradores Nacionales. Albacete posee una importante cuota de participación en el conjunto de la oferta turística regional, aproximadamente el 21% del total. Mientras que Cuenca sólo participa con el 11,7% de la oferta castellano-manchega.

Guadalajara presenta el menor porcentaje de oferta regional con sólo el 10,9% del total. Asimismo, detenta los menores porcentajes de plazas en hoteles y restaurantes de toda la región, además no hay balnearios en toda la provincia y también son escasas las plazas en campings. Sin embargo, reúne más plazas en casas rurales que Toledo y Ciudad Real y en Paradores más que Albacete y Cuenca.

**Tabla 5. Capacidad turística por provincias (1999)**

	H	(%)	P	(%)	B	(%)	CR	(%)	C	(%)	R	(%)
Albacete	5.380	20,0	70	15,0	418	34,4	419	30,2	3.560	34,6	32.708	19,7
Ciudad R.	5.633	20,9	115	24,7	252	20,7	166	12,0	918	8,9	33.855	20,4
Cuenca	4.877	18,1	76	16,3	340	27,9	466	33,5	2.591	25,2	15.896	9,6
Guadalajara	3.607	13,4	81	17,4	0	0	251	18,1	772	7,5	17.672	10,7
Toledo	7.462	27,7	124	26,6	208	17	87	6,3	2.436	23,7	65.570	39,6
CLM	26.959	100	466	100	1.218	100	1.389	100	10.277	100	165.701	100

Fuente: elaboración propia

H: nº de plazas de establecimientos hoteleros  
P: nº de plazas de la Red de Paradores Nacionales  
B: nº de plazas de balnearios

CR: nº de plazas de casas rurales  
C: nº de plazas de campings  
R: nº de plazas de restaurantes

Una vez analizada la capacidad receptora de turistas de cada provincia, con las plazas ofertadas como única variable, incluimos la variable superficie para hallar la densidad de la oferta turística, de este modo se observa la concentración territorial de la oferta. Así, Toledo también presenta los mayores índices de concentración de plazas de alojamiento y restauración por Km<sup>2</sup>, la mayor diferencia con el resto de provincias castellano-manchegas se observa en las plazas de restauración, duplicando la densidad media regional. En segundo lugar se sitúa Albacete con densidades también por encima de la media regional en ambos casos, alojamiento y restauración. Cuenca y Guadalajara

muestran densidades por debajo de la media regional. En el caso de Ciudad Real este índice revela bajas densidades de oferta como consecuencia de la gran extensión de la provincia, sin embargo, en términos absolutos tiene un elevado número de plazas tanto de alojamiento hotelero como de restauración

**Tabla 6. Densidad de oferta turística por provincias (1999)**

	Km <sup>2</sup>	Plazas alojamiento *	Plazas restauración	Plazas alojamiento por Km <sup>2</sup>	Plazas restauración por Km <sup>2</sup>
Albacete	14.924	9.847	32.708	0,65	2,19
Ciudad Real	19.813	7.084	33.855	0,35	1,70
Cuenca	17.140	8.350	15.896	0,48	0,92
Guadalajara	12.214	4.711	17.672	0,38	1,44
Toledo	15.370	10.317	65.570	0,67	4,26
CLM	79.461	40.309	165.701	0,50	2,08

Fuente: elaboración propia

(\*): Incluye los alojamientos hoteleros y extrahoteleros

Las distintas categorías en que están clasificados los establecimientos turísticos pueden utilizarse como una variable de medida de la calidad que presenta la oferta turística de una determinada zona. Basándonos en esto analizaremos los datos de las empresas turísticas castellano-manchegas. Así, observamos el predominio de plazas en establecimientos de bajas categorías, tanto en hotelería como en restauración. No existen hoteles de 5 estrellas en toda la región, ni restaurantes de categoría especial (5 tenedores). Dominan los hoteles de 3 y 2 estrellas en todas las provincias castellano-manchegas, así como los restaurantes de 2 y 1 tenedores y el porcentaje de cafeterías y bares es ampliamente mayor que el de restaurantes.

Toledo no sólo concentra la mayor cantidad de oferta turística, sino también la de mayor calidad. Esta provincia tiene más plazas en hoteles que en hostales, pensiones y fondas, además el porcentaje de hoteles de categorías superiores es más elevado que en el resto de provincias. Asimismo, posee el mayor número de plazas de alojamiento de lujo que oferta la Red de Paradores Nacionales. En cuanto a los establecimientos de restauración, aunque prevalecen los de 2 tenedores, presenta los más altos porcentajes de restaurantes de altas categorías.

Junto con Toledo, Ciudad Real tiene mayor número de plazas en hoteles que en hostales, fondas y pensiones. Sin embargo, son muy escasas las plazas en restaurantes de 3 tenedores, no llegan al 1% del total de su oferta de restauración, predominando los establecimientos de 1 tenedor.

La oferta de plazas en hostales, fondas y pensiones supera a las plazas en hoteles, tanto en Albacete como en Cuenca. De igual forma, ambas provincias mantienen las máximas participaciones en la oferta de restauración de categorías inferiores, dominando en ambos casos los restaurantes de 1 tenedor con casi el 65% del total de la oferta provincial de restauración.

Un dato sorprendente es el porcentaje que detenta Guadalajara de plazas en restaurantes de 3 tenedores, un 3,5%, el mayor de la región; además los restaurantes de 2 tenedores superan a los de 1 tenedor. Esto denota cierto nivel de calidad en la oferta de restauración dentro de esta provincia.

**Tabla 7. Calidad de la oferta turística por provincias (1999)**

	Plazas en hotelería (%)		Plazas en restauración (%)			
	HOTELES	HOSTALES*	4T	3T	2T	1T
Albacete	45,4	54,6	0	1,07	34,23	64,72
Ciudad Real	55,9	44,1	0	0,78	41,82	57,40
Cuenca	43,1	56,9	0	1,97	35,88	62,15
Guadalajara	43,9	56,1	0	3,50	61,24	35,26
Toledo	55,7	44,3	0,09	1,71	62,10	36,10
CLM	49,8	50,2	0,036	1,61	49,83	48,52

Fuente: elaboración propia

(\*): Incluye hostales, fondas y pensiones.

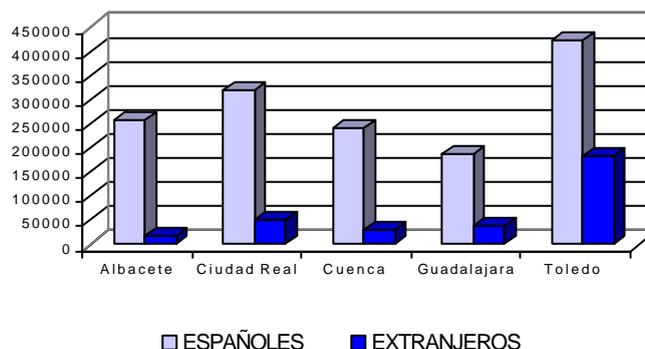
## 4.2. La demanda turística de Castilla-La Mancha

La principal característica de la demanda turística de Castilla-La Mancha es la concentración, refiriéndonos a este término en toda su amplitud, así en este trabajo analizaremos la concentración de la demanda en cuatro dimensiones: geográfica, de procedencia, temporal y motivacional.

El único núcleo dentro de la región con la suficiente capacidad de atracción como para considerarse un destino turístico es Toledo. Éste es un punto concreto de concentración de demanda, tanto en el ámbito nacional como internacional, es un caso aislado que no comparte las características del resto de la región. Esta afirmación la corroboran los datos barajados en este trabajo.

El total de personas que visitaron Castilla-La Mancha en 1999 fue 1.757.180, de ellos 1.434.162 españoles (81,6%) y 323.017 extranjeros (18,4%). Esta cifra ha supuesto un aumento de las visitas a la región del 34,26% con respecto al año anterior y si tomamos como referencia el año 1995 el incremento de turistas se sitúa en torno al 65%.

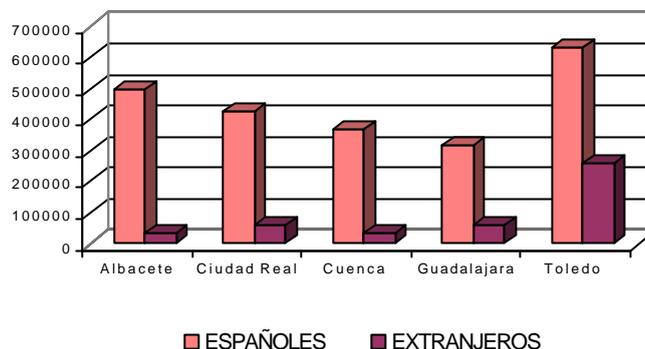
*Gráfico 5. Distribución de las llegadas de turistas por provincias en 1999*



Fuente: I.N.E. 2000

Las pernoctaciones en hoteles en 1999 fueron 2.688.782, de las cuales 2.240.538 (83,3%) las realizaron turistas españoles y 448.244 los turistas extranjeros (16,7%). El aumento con respecto al año anterior fue del 36,3% y en los últimos cuatro años el incremento supera el 63% (Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha).

**Gráfico 6. Distribución de las pernoctaciones por provincias en 1999**



Fuente: I.N.E. 2000

El porcentaje de extranjeros que visitaron la región se sitúa muy por debajo de la media nacional que se encuentra en torno al 45%. Toledo es la ciudad más visitada por los extranjeros, el pasado año acogió aproximadamente al 60% de los foráneos que llegaron a la comunidad castellano-manchega.

Las estancias de los turistas en la región son de escasa duración, en la mayoría de los casos se reducen a excursiones de un día o un fin de semana, la media regional está en 1,53 días de estancia frente a los 4 a nivel nacional.

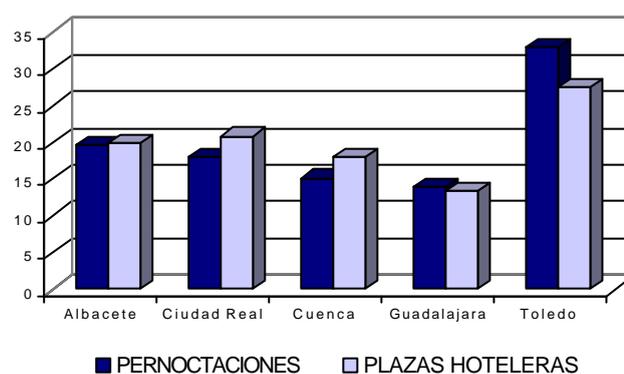
La media de plazas por establecimiento hotelero es bastante reducida, aproximadamente 32 plazas por alojamiento, lo que denota una reducida dimensión de este tipo de empresas.

Con respecto al índice de ocupación de los establecimientos hosteleros, según datos de 1999, la media regional estuvo en un 29,2%, sólo superaron esta media Toledo que mantuvo, como en años anteriores, el mayor grado de ocupación de la región con más del 34% y Guadalajara que se situó en torno al 32%. Esta última provincia con 13,5 puntos porcentuales presentó el mayor aumento de la ocupación hotelera regional respecto al año anterior. Ciudad Real, Cuenca y Albacete quedaron por debajo de la ocupación media con 23%, 27% y 28%, respectivamente.

A pesar del extraordinario aumento registrado en el índice de ocupación de todas las provincias castellano-manchegas, entre 6 y 13,5 puntos porcentuales en 1999, todavía se encuentran muy lejos de alcanzar el nivel de ocupación nacional, en torno al 60% de media en el año pasado.

Por otro lado, analizamos el promedio de utilización parcial de la oferta hotelera, para ello comparamos el porcentaje de pernoctaciones y de plazas hoteleras con que cada provincia participa en el total regional. Así, se observa que Toledo y Guadalajara son las provincias que muestran una mejor utilización promedio de la oferta, ya que presentan desajustes positivos entre el porcentaje de pernoctaciones y el porcentaje de plazas hoteleras. Destaca Toledo con una diferencia importante con respecto a los porcentajes globales de la región. Las tres provincias restantes -Cuenca, Albacete y Ciudad Real- presentan desajustes negativos, revelando una peor utilización de la oferta hotelera. De ellas Albacete es la más equilibrada al estar prácticamente equiparadas la oferta y la demanda. En el gráfico 7 se muestran los resultados de este análisis.

**Gráfico 7. Equilibrio entre oferta y demanda hotelera (1999)**



Fuente: I.N.E. 2000

**Tabla 8. Equilibrio entre oferta y demanda hotelera (1999)**

	(%) pernoctaciones	(%) plazas	desajustes
Albacete	19,71	19,96	-0,25
Ciudad Real	17,94	20,89	-2,95
Cuenca	15,18	18,10	-2,92
Guadalajara	14,04	13,38	0,66
Toledo	33,13	27,67	5,46

Fuente: elaboración propia

En cuanto al origen de los viajeros y tomando como dato los turistas nacionales, la primera región emisora de turistas hacia Castilla-La Mancha es la Comunidad de Madrid con un 33% del total de visitantes, seguida de la propia Castilla-La Mancha con cerca del 19%, este último dato refleja la importancia del turismo interno regional. La Comunidad Valenciana se sitúa en tercer lugar con 11%, a continuación Cataluña con 7,8% y Andalucía con 6,6%.

Entre los países de origen de los turistas extranjeros destacan los de la Unión Europea y, dentro de ella, Francia con casi 17%, el segundo país es EE.UU. con un 12%, seguido de Reino Unido y Alemania, ambos en torno al 8%, Italia con 7%, Japón cerca del 6,5% y Argentina del 6%.

Los datos revelan que la concentración de la procedencia de la demanda es más acusada en el caso de los turistas nacionales, aunque en ambos casos -demanda nacional e internacional- se observa que los turistas que visitan la región son originarios mayoritariamente de regiones limítrofes y de países fronterizos. Esto significa que la distancia es una variable muy influyente en la elección del destino del viaje.

Debemos destacar que la oferta turística regional no es suficientemente conocida en el ámbito internacional, puede demostrarse que en los touroperadores sólo se ofrecen circuitos por Toledo, Cuenca, Sigüenza, Almagro y la Ruta de Don Quijote.

Los turistas no recurren a viajes organizados como forma de visitar la región, usan los recursos disponibles para planificar su viaje de forma particular. Generalmente, viajan acompañados, bien de otros miembros de la familia o de amigos. El medio de transporte habitualmente utilizado, tanto para llegar a la región como en los desplazamientos interiores, es el vehículo propio.

Un aspecto característico que se comparte tanto en el ámbito regional como nacional es la elevada estacionalidad de la demanda, concentrada en la época estival. Esto crea un grave problema de infrautilización de la oferta turística disponible en el resto del año, así como desajustes temporales en el mercado laboral. Los meses con mayor afluencia turística, durante 1999, han sido agosto con 196.344 turistas, seguido de septiembre con 185.053, octubre con 177.090, julio con 165.347, y abril con 155.718 viajeros, en este último caso, por coincidir con las vacaciones de Semana Santa. La concentración temporal no sólo es la más problemática, sino la más difícil de corregir, la tendencia de la demanda turística no ha variado mucho en los últimos años.

De forma mayoritaria, los turistas visitan la región castellano-manchega impulsados por motivos vacacionales, tanto los visitantes españoles como los

extranjeros. Esta es una causa importante de tan alta concentración de la demanda en determinadas épocas del año, ya que, generalmente coinciden los periodos vacacionales de los turistas.

Otro aspecto característico de la demanda -en este caso, fundamentalmente de la nacional- es el importante flujo de turistas motivado por vínculos familiares como consecuencia de la emigración de los años 60 hacia regiones más industrializadas. Estos viajeros utilizan en sus estancias alojamiento privado, bien viviendas de residentes o residencias secundarias, reduciendo considerablemente su gasto por persona y día.

A pesar de la concentración motivacional la demanda regional no se reduce a la visita de amigos y familiares, existen otras razones por las que los turistas eligen Castilla-La Mancha como destino turístico, básicamente son los atractivos y recursos de la región (conjuntos históricos, contacto con la naturaleza, gastronomía, tradiciones, etc.). Estas motivaciones varían dependiendo de la edad de los viajeros, mientras que los visitantes en edades comprendidas entre los 20 y 30 años se ven atraídos por los deportes y actividades al aire libre y en contacto con la naturaleza, los turistas entre 30 y 50 años visitan la región por motivos de tipo cultural.

## **5. Conclusiones**

La revisión de datos realizada en este trabajo no tiene otro objetivo que mostrar el peso específico que tiene el turismo a escala mundial y regional manifestando la relevancia de esta industria en la esfera productiva.

Los cambios técnicos, económicos, sociales y culturales de este siglo han ampliado de forma espectacular la demanda turística a todas las capas de la sociedad. Al contrario de lo que ocurrió hace décadas, el consumo de bienes y servicios turísticos va más allá de la moda, cada vez más el consumo de turismo es una manera de ocupar el tiempo ocioso y está pasando a ser no sólo necesario, sino vital en las sociedades postindustriales. Dado que la actividad turística es una de las principales formas de esparcimiento y que, además, según la OMT continuará aumentando la propensión a viajar en los próximos años, el sector presenta interesantes expectativas de estabilidad. Todo ello aboca a pensar que el sector turístico presenta aptitudes suficientes para contribuir a la reactivación de economías poco desarrolladas. Esta afirmación tiene su justificación en el alto grado de interdependencia que presenta el turismo con el resto de

actividades económicas, ya que el turismo tiene importantes efectos vinculantes, según CALS (1974) fundamentalmente hacia atrás, es decir, mediante los *inputs* en las primeras fases de la cadena de valor.

En consecuencia con todo lo expuesto y centrándonos en la finalidad de este trabajo, puede afirmarse que el sector turístico de Castilla-La Mancha tiene una importante misión que cumplir en la dinamización económica de la región. Esta aseveración se basa en el resultado del análisis realizado al mercado turístico castellano-manchego el cual revela un extraordinario crecimiento en los últimos años.

Castilla-La Mancha ha dejado de ser una simple zona de paso de los turistas que se dirigen hacia la costa para convertirse en destino turístico con poder de atracción propio. El pasado año se situó como tercer destino turístico en el ámbito nacional acaparando más del 12% del total del turismo interno, después de las comunidades de Andalucía y Valencia.

La extensa variedad de elementos histórico-artísticos, culturales y naturales, que posee Castilla-La Mancha y el óptimo estado en que se encuentra el medio natural conforman la principal fuente de recursos turísticos. Sin embargo, por el mero hecho de que existan recursos suficientes y que, además, estén infrautilizados no significa que el turismo sea la panacea del desarrollo de las regiones deprimidas, aunque creemos que no es necesario mencionar ejemplos paradigmáticos en los que ha sucedido lo contrario.

El importante ritmo de crecimiento de la actividad turística en la región -cuatro años atrás participaba en el PIB regional con poco más del 4% y el pasado año aportó casi el 8%- no ha ido acompañado de actuaciones coadyuvantes que solventen los graves inconvenientes a los que se enfrenta el turismo regional. Concretando los factores limitadores del desarrollo turístico se resumen en: un importante déficit de infraestructuras de comunicaciones en toda la región, precario estado de la mayoría del patrimonio arquitectónico, falta de acondicionamiento de áreas naturales y paisajísticas, inexistencia de un plan de comercialización del turismo regional que consolide una imagen del turismo en Castilla-La Mancha.

En suma, la consolidación definitiva de turismo en Castilla-La Mancha debe pasar por la solución de los graves problemas estructurales y políticos que presenta el sector, por tanto, es de extrema urgencia paliar las deficiencias existentes para afianzar el turismo en la región, aprovechando el auge turístico de los últimos años y de esta forma impulsar el crecimiento económico regional.

## 6. Bibliografía

- Anuario Estadístico de Castilla-La Mancha (1998). *Consejería de Economía y Administraciones Públicas. Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha*.
- Anuario Estadístico Nacional (1998). *Instituto Nacional de Estadística*.
- BAENA FENÁNDEZ, J. (1993): “*Turismo rural. Alternativa de desarrollo local*”. Instituto de Formación y Estudios Sociales.
- CALS GÜELL, J. (1974): “*Turismo y política turística en España: una aproximación*”. Editorial Ariel. Barcelona.
- CEBRIÁN, F. Y CEBRIÁN A. (1997, págs: 369-378): “El turismo como alternativa al desarrollo en áreas deprimidas. El Programa LEADER en la Sierra de Segura Albacetense”. *Los Turismos de Interior. El retorno a la tradición viajera*. Universidad Autónoma de Madrid.
- CHASSAGNE, M.Y CHAMPETIER, Y. (1995): “*El turismo al servicio del desarrollo rural*”. Cuadernos LEADER.
- DEL REGUERO OXINALDE, M. (1994): “*Ecoturismo. Nuevas formas de turismo en el espacio rural*”. Bosch, Casa Editorial.
- DE LA POZA LLEIDA, J. (1993): “*Servicios Turísticos*”. Oikos-tau.
- FERNÁNDEZ SANTAMARÍA, F. Y GARCÍA MARTÍNEZ, C. (1997, págs: 401-412): “La promoción del turismo en los proyectos de desarrollo de las comarcas rurales: el caso de La Manchuela”. *Los Turismos de Interior. El retorno a la tradición viajera*. Universidad Autónoma de Madrid.
- FUENTES GARCÍA, R. (1995): “*El turismo rural en España. Especial referencia al análisis de la demanda*”. Ministerio de Comercio y Turismo. Secretaría General de Turismo. Instituto de Estudios Turísticos.
- GARCÍA MARCHANTE, J. (1997, págs: 447-458): “El desarrollo del turismo medioambiental en los noventa: la Serranía de Cuenca”. *Los Turismos de Interior. El retorno a la tradición viajera*. Universidad Autónoma de Madrid.
- GIL GÓMEZ-LOBO, J. (1993): “Política de turismo rural en Castilla-La Mancha”. *Desarrollo local, turismo y medio ambiente*. Seminario de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Cuenca.
- MELLA MARQUEZ, J.M. (1987, págs: 245-264): “Localización industrial en Castilla-La Mancha”. *Papeles de Economía. Estudios Regionales*.

- SMERAL, E. (1998): “The impact of globalization on small and medium enterprises: new challenges for tourism policies in European countries”. *Tourisme Management*, vol.19, nº 5, págs: 371-379.